



La **INDUSTRIA**
de la *felicidad*

CICLO DE DESAYUNOS
ENCUENTROS PARA LA REFLEXIÓN ENTORNO AL SECTOR TURÍSTICO

EDICIÓN 2024



DIEZ

APRENDIZAJES

1. IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA

El turismo es un pilar esencial para la economía española, representando alrededor del 13% del PIB y proporcionando empleo directo e indirecto a millones de personas. Esta actividad no solo dinamiza sectores como la hostelería y el transporte, sino que impulsa el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, incrementa la demanda de productos locales y contribuye al desarrollo de infraestructuras, tanto en áreas urbanas como rurales. Su efecto multiplicador convierte al turismo en un motor clave para la cohesión económica y social de todo el país.

2. DIVERSIFICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Ante la creciente demanda turística, se hace urgente diversificar la oferta para distribuir mejor el flujo de visitantes, promoviendo destinos alternativos y extendiendo las visitas durante todo el año. Paralelamente, el turismo sostenible ha cobrado relevancia, buscando proteger los entornos naturales y culturales, y reducir el impacto en destinos populares. Esta combinación de diversificación y sostenibilidad permite preservar los recursos y mejorar la calidad de vida de los residentes.

3. TURISMO DE CALIDAD SOBRE CANTIDAD

La estrategia del turismo debe priorizar la calidad sobre la cantidad, enfocándose en ofrecer experiencias con valor añadido que aumenten el gasto por visitante y reduzcan la saturación. Se busca atraer a un perfil de turista que valore y respete el destino, prolongue su estancia y contribuya a la economía local. Este enfoque refuerza la reputación de España como un destino de excelencia, donde cada viaje representa una experiencia enriquecedora y memorable.



4. COHESIÓN TERRITORIAL Y REVITALIZACIÓN DE ÁREAS RURALES

El turismo representa una oportunidad vital para zonas rurales y despobladas, creando empleo, revitalizando destinos y preservando el patrimonio local. Iniciativas como el turismo de naturaleza, agroturismo o el Camino de Santiago están ayudando a recuperar poblaciones en riesgo de despoblamiento, promoviendo el arraigo y mejorando las condiciones de vida en estas áreas. Además, fomenta la economía local mediante la demanda de productos y servicios.

5. COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

La colaboración entre el sector público y privado es esencial para impulsar el turismo de manera competitiva. Esta alianza permite que el sector privado aporte inversión y experiencia en la creación de productos turísticos innovadores, mientras que el sector público garantiza la infraestructura y regula el desarrollo de manera que beneficie a los destinos. Esta cooperación también facilita la implementación de políticas turísticas alineadas con las necesidades y demandas del mercado.

6. DESAFÍOS DE SOSTENIBILIDAD

La industria turística enfrenta el reto de adaptarse a un modelo más sostenible, preservando el patrimonio cultural, generando un impacto positivo en el entorno, mejorando la eficiencia

energética en hoteles, transportes y actividades turísticas. Es fundamental implementar prácticas de sostenibilidad que reduzcan los residuos y fomenten el ahorro de agua y energía. La adopción de estos estándares no solo preserva los recursos naturales, sino que también responde a la creciente demanda de los turistas por opciones respetuosas.

7. ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA

La digitalización es crucial para mejorar la competitividad del sector turístico, permitiendo una gestión más eficaz y una experiencia de usuario más personalizada. La tecnología facilita la promoción de destinos, la reserva de servicios y el análisis de datos para adaptar la oferta a las preferencias de los turistas. La innovación digital permite a los destinos responder rápidamente a las tendencias del mercado y ofrece herramientas para gestionar mejor el impacto del turismo en tiempo real.

8. FORMACIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO

La escasez de personal cualificado es un desafío que afecta la calidad del sector. Para afrontarlo, es necesario implementar programas de formación profesional, tanto iniciales como continuos, que preparen a los trabajadores con habilidades técnicas. Los programas de formación dual, donde se combina el aprendizaje teórico con la experiencia práctica, son especialmente efectivos para cubrir la demanda de talento y mejorar la calidad de los servicios turísticos.

9. INTERMODALIDAD EN EL TRANSPORTE

Mejorar la conectividad y fomentar la intermodalidad es fundamental para facilitar el acceso de los turistas y optimizar su experiencia de viaje. La combinación de transporte aéreo, ferroviario y terrestre no solo agiliza el desplazamiento de los visitantes, sino que también contribuye a reducir la dependencia de un solo medio de transporte y disminuye el impacto ambiental. Iniciativas como la mejora del transporte público y el desarrollo de rutas interregionales son clave para hacer que el turismo sea más accesible y sostenible.

10. PROYECCIÓN DE LA MARCA ESPAÑA

La promoción de España como destino turístico debe centrarse en destacar su diversidad cultural, geográfica y de experiencias. Además de los destinos tradicionales de sol y playa, España debe proyectarse como un país moderno y sostenible, capaz de ofrecer experiencias auténticas y únicas. La Marca España no solo impulsa la economía nacional, sino que refuerza el posicionamiento del país como un referente de calidad y seguridad a nivel global, atrayendo a un turismo responsable y de calidad.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Debates:

LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DESPUÉS DE TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE.....	08
Jaume Guardiola, Manuel Pérez-Sala, <i>Moderadora:</i> María Jesús Pérez	
CLAVES PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TRAS UN AÑO RECORD.....	14
Soraya Sáenz de Santamaría, Trinidad Jiménez, <i>Moderador:</i> Iñaki Garay	
EL FUTURO DEL TRANSPORTE DE VIAJEROS.....	20
Javier Gándara, Carlos Muñoz, <i>Moderador:</i> Javier Magariño	
LOS RETOS Y DESAFÍOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA MARCA ESPAÑA.....	26
Miguel Sanz, Reyes Maroto, <i>Moderador:</i> Juan Fernández-Miranda	
EL TURISMO: UN PROYECTO PARA EUROPA.....	32
Giuseppe Buccino Grimaldi, João Antonio Da Costa Mira, <i>Moderador:</i> Xavier Vidal Folch	
EL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL.....	38
Alfonso Rueda, Adrián Barbón, <i>Moderador:</i> Bieito Rubido	
EL FUTURO DEL TRANSPORTE FERROVIARIO DE VIAJEROS.....	44
Simone Gorini, Raúl Blanco, <i>Moderador:</i> Victor de Elena	
EL TURISMO COMO MOTOR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA CLAVES Y RETOS.....	50
José Manuel González-Páramo, Jordi Sevilla, <i>Moderador:</i> Rubén Esteller	
EL TURISMO COMO MOTOR DE CRECIMIENTO PARA LAS CIUDADES.....	56
José Luis Martínez Almeida, Francisco de la Torre, <i>Moderador:</i> Jaime Rodríguez	
TURISMO Y TERRITORIOS: CLAVES PARA EL DESARROLLO Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO.....	62
Mateu Hernández, Raquel Sánchez, <i>Moderadora:</i> Miri Barreira	



LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DESPUÉS DE TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

ENERO 2024

Jaume Guardiola
Presidente del Cercle d'Economia

Manuel Pérez-Sala
Presidente del Círculo de
Empresarios

Moderadora

María Jesús Pérez
Redactora Jefe de Economía
en ABC.

Jaume Guardiola y Manuel Pérez-Sala defienden la formación profesional y la financiación de las inversiones como ejes para garantizar la competitividad del sector.

Desde la apertura económica, el turismo ha sido clave en la transformación económica de España, actuando como un **motor de crecimiento y un sector esencial en la generación de empleo**. Sin embargo, en el actual contexto de incertidumbre económica surgen interrogantes sobre la posible vulnerabilidad del turismo ante una recesión global.

Durante el debate se ha destacado la necesidad de que el turismo funcione como un **mercado laboral eficaz y flexible**, impulsado por apoyos públicos para promover la digitalización y responder a los retos ambientales y energéticos. Los ponentes también hicieron hincapié en la **importancia de la formación profesional** y analizaron cómo las demandas de la nueva globalización afectan la comercialización de la oferta turística.



Importancia económica del turismo:

El sector representa cerca del 13% del PIB en España y ha mostrado una recuperación rápida tras la pandemia. Se pone de manifiesto la importancia de la industria turística como un sector estratégico en España y la necesidad de mantener su posición de liderazgo.

Turismo de calidad:

Se enfatiza la necesidad de impulsar un turismo que ofrezca experiencias enriquecedoras y diversificación en los mercados emisores. El sector debe enfocarse en la sostenibilidad y la calidad para seguir siendo competitivo y aportar valor añadido al país.

Escasez de personal cualificado:

Es fundamental desarrollar programas de formación profesional dual en estrecha colaboración con la industria turística. La formación profesional debe convertirse en una prioridad para abordar la actual escasez de personal cualificado en el sector, y esto implica una apuesta decidida por estudios que no solo contribuirían a cubrir la demanda de talento, sino que formen a perfiles especializados que den respuesta a las nuevas necesidades y mejoren la adaptabilidad de la oferta turística.

Impacto de políticas laborales:

La reducción de la jornada laboral y el aumento del salario mínimo se consideran factores que podrían afectar el empleo en el turismo.

Gestión de inversiones públicas:

Aunque no existe un PERTE específico para el turismo, los ponentes insisten en la importancia de gestionar eficientemente las inversiones y ayudas públicas.



Jaume Guardiola

Presidente del Cercle d'Economia

“Un elemento positivo tras la pandemia es que la turismofobia ha desaparecido, porque todo el mundo es consciente de la importancia de este sector”.

“El sector turístico debe enfocarse en la calidad más que en la cantidad. Ya se están dando pasos importantes hacia la diversificación de mercados emisores y la desestacionalización.”

“Los grandes retos del sector turístico son la digitalización y la sostenibilidad. Los jugadores del sector ya saben que tienen que reducir la huella de carbono y mejorar la eficiencia energética.”



Manuel Pérez-Sala

Presidente del Círculo de Empresarios

“El turismo es la primera industria nacional, supone el 12,6% del PIB. España ha sido el país más competitivo en la industria turística del mundo entre 2015 y 2019, según el World Economic Forum.”

“La política de empleo en España es errónea, estamos ralentizando la creación de empleo. Necesitamos una colaboración público-privada efectiva en la formación profesional. La industria hotelera necesita programas de formación dual diseñados por la propia industria y políticas que inviertan en el capital humano y la retención del talento.”

“La reducción de la jornada laboral de 40 a 37,5 horas no tiene sentido para el sector. Es una medida populista que perjudica a la creación de empleo y no tiene en cuenta la realidad técnica de las industrias.”





CLAVES PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TRAS UN AÑO RECORD

FEBRERO 2024

Soraya Sáenz de Santamaría
Ex vicepresidenta del Gobierno

Trinidad Jiménez
Ex ministra de Asuntos Exteriores y de Cooperación, y ex ministra de Sanidad y Política Social

Moderador

Iñaki Garay
Director Adjunto de Expansión

Soraya Sáenz de Santamaría y Trinidad Jiménez reclaman la necesidad de un pacto nacional sobre turismo.

El turismo ha resultado **clave en la transformación y el crecimiento de España**, alcanzando una contribución cercana al 13% al PIB y consolidándose como **motor de empleo y riqueza**. Sin embargo, este sector, respaldado por infraestructuras de primer nivel, atractivos culturales, seguridad y buenos servicios sanitarios, aún **enfrenta desafíos que limitan su competitividad**.

Las panelistas coincidieron en la necesidad de fortalecer el sector mediante el apoyo público, incentivando la digitalización, la sostenibilidad y la adaptación al reto medioambiental. Destacaron también la **importancia de contar con seguridad jurídica, previsibilidad fiscal y estabilidad regulatoria** para atraer inversiones y hacer frente a la competencia global, además de invertir en formación profesional.



Importancia económica:

El turismo es un motor clave de la economía española, representando una parte importante del PIB y generando una importante proporción de empleo directo e indirecto. Este sector no solo impulsa otras industrias, sino que promueve el crecimiento de pequeñas y medianas empresas en áreas urbanas y rurales, dinamizando las economías locales y contribuyendo a la cohesión territorial del país.

Retos y oportunidades. Digitalización, sostenibilidad y formación:

En un contexto de constante cambio, el turismo enfrenta la necesidad de adaptarse mediante la digitalización y la sostenibilidad. La transformación digital permite mejorar la competitividad. Al mismo tiempo, la sostenibilidad se convierte en una prioridad, con un enfoque en la gestión responsable para asegurar la viabilidad a largo plazo. Por último, se subraya la importancia de la formación y el desarrollo de talento especializado.

Estabilidad y seguridad:

La estabilidad y la seguridad son pilares para el desarrollo del turismo, factores que atraen tanto a turistas como a inversores. Un entorno seguro y regulado crea una imagen positiva que refuerza la reputación de España como destino confiable y resulta esencial para atraer inversiones a largo plazo y fomentar la innovación en el sector.

Colaboración público-privada:

La cooperación entre el sector público y el privado es indispensable para el desarrollo sostenible y competitivo del turismo. La implicación de los actores públicos en aspectos como la infraestructura y la regulación, junto con la inversión privada en innovación y servicios, es fundamental para superar los desafíos actuales y adaptar el turismo a las demandas del mercado.



Soraya Sáenz de Santamaría

Ex vicepresidenta del Gobierno

“Sería suicida que un país no aprovechara la mayor industria que tiene. Se trata de un sector que genera y ha generado desarrollo y riqueza.”

“Nuestra gestión del turismo es algo que exportamos, es algo que se valora, es algo que sabemos hacer bien.”

“El turismo es una profesión con futuro. El ser humano va a seguir necesitando de una serie de servicios y atenciones que no son sustituibles por una máquina.”



Trinidad Jiménez

Ex ministra de Asuntos Exteriores y de Cooperación, y ex ministra de Sanidad y Política Social

“Somos una industria turística que está creciendo y que se está modernizando de una manera espectacular. La digitalización va a permitir mejorar la productividad y la competitividad. Tenemos que conseguir que la mediana empresa se vaya incorporando a la revolución tecnológica que vamos a vivir.”

“Tan importante es la digitalización del sector como la profesionalización del sector y la formación del talento.”

“España sabe hacer muy bien muchas cosas y podemos ofrecer seguridad, sanidad pública y una excelente infraestructura.”



EL FUTURO DEL TRANSPORTE DE VIAJEROS

MARZO 2024

Javier Gándara
Director General de EasyJet para el Sur de Europa

Carlos Muñoz
Fundador y CEO de Volotea

Moderador

Javier Magariño
Periodista económico en Cinco Días y El País

Javier Gándara y Carlos Muñoz abogan por la intermodalidad y la concentración para mantener la competitividad del sector aéreo.

La competitividad del sector turístico depende de la **capacidad de ofrecer conexiones fluidas, rápidas y adaptadas a las necesidades de los viajeros**. Actualmente, el transporte enfrenta desafíos importantes relacionados con la diversificación de destinos, para evitar la saturación en puntos turísticos tradicionales. Además, **la transición hacia fuentes de energía más sostenibles, la digitalización y la personalización de la experiencia** son factores claves en la evolución del transporte turístico.

En la charla, los dirigentes analizaron el **papel estratégico del transporte aéreo como motor del turismo**, subrayando la necesidad de avanzar en sostenibilidad, tecnología y calidad del servicio. También discutieron cómo la intermodalidad puede facilitar la **integración de distintos medios de transporte**, maximizando la **eficiencia** y **mejorando la experiencia** en todas las etapas del viaje.



Adaptación a nuevas realidades:

La industria de la aviación y el turismo pueden adaptarse a las nuevas realidades del mercado global, enfocándose en la sostenibilidad, la calidad de la oferta turística y la diversificación para enfrentar los retos de un mundo en constante cambio.

Equilibrio entre turismo masivo y de calidad:

Es necesario elegir entre el turismo masivo y el turismo de calidad. Se puede encontrar un equilibrio que atraiga a turistas dispuestos a gastar más, lo que es esencial para el crecimiento sostenible del sector turístico.

Evolución del enfoque turístico:

Resulta crucial hacer evolucionar el enfoque turístico, tomando en consideración los peligros del turismo de volumen y la turismofobia. Se recomienda una oferta diversificada que pueda beneficiarse de diferentes segmentos de visitantes.

Potencial de diversificación en España:

España cuenta con un gran potencial para diversificar su oferta turística, por lo que se sugiere la necesidad de desarrollar nuevas rutas y promover destinos menos conocidos para asegurar un crecimiento equilibrado en el sector.

Una consolidación positiva:

La consolidación en la industria aérea puede ser beneficiosa, siempre que se preserve un entorno competitivo que garantice diversas opciones para los consumidores. Esto favorecerá una mayor conectividad hacia otros destinos y contribuirá a mantener los precios competitivos.



Javier Gándara

Director General de EasyJet para el Sur de Europa

“El fenómeno low cost, que apareció a mediados de los años 90, ha cambiado las reglas del juego. Ya no es algo exclusivo de las compañías low cost, ya que todas las aerolíneas, independientemente de su modelo de negocio, ofrecen tarifas económicas. Esto ha democratizado los viajes, pero también ha creado retos en la sostenibilidad.”

“La sostenibilidad en la aviación es un reto que debemos afrontar, especialmente en Europa. Estamos hablando de descarbonizar el transporte aéreo, y esto no puede hacerse a costa de la conectividad y la accesibilidad de los vuelos. Hay que buscar un equilibrio entre la reducción de emisiones y la oferta de tarifas que la gente pueda permitirse.”

“Es crucial que se invierta y haya incentivos para que los productores escalen la producción, ya que esto nos permitirá avanzar hacia una descarbonización efectiva del sector. Necesitamos políticas públicas que faciliten este proceso, no que lo entorpezcan.”



Carlos Muñoz

Fundador y CEO de Volotea

“El turismo no se limita únicamente a un modelo de sol y playa. Debemos ver al sector hotelero como a un gran aliado en la industria. Necesitamos diversificar y ampliar nuestra oferta turística para abarcar diferentes segmentos y así evitar la saturación en los destinos más populares.”

“Es fundamental que España siga siendo percibida como un destino seguro. La calidad de nuestro turismo ha mejorado con el tiempo, y debemos continuar esta tendencia para atraer a más visitantes y garantizar un desarrollo sostenible.”

“Resulta crucial que las compañías aéreas se adapten a las nuevas regulaciones sin comprometer su competitividad. Las aerolíneas deben ajustarse a regulaciones sin perder su capacidad de ofrecer precios competitivos y opciones variadas.”



LOS RETOS Y DESAFÍOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA MARCA ESPAÑA

ABRIL 2024

Miguel Sanz
Director General de Turespaña

Reyes Maroto
Ex ministra de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España

Moderador

Juan Fernández-Miranda
Director Adjunto del Diario ABC

Reyes Maroto y Miguel Sanz abogan por el turismo experiencial y sostenible como motor de desarrollo de la Marca España.

La promoción de la **Marca España enfrenta numerosos desafíos** en un entorno global de creciente competitividad. Entre ellos, sobresalen la **necesidad de destacar la diversidad cultural y geográfica** de España, la gestión sostenible del turismo para conservar los recursos naturales y culturales, y la adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías de la industria. Además, es esencial mantener una imagen atractiva de **España como destino turístico** frente a una competencia internacional cada vez más fuerte.

Para abordar estos retos, ambos ponentes han coincidido en la importancia de una **estrategia integral de promoción** que involucre a los distintos actores del sector y que se apoye en la innovación, la calidad y la autenticidad de la oferta turística española, maximizando el aprovechamiento de las tecnologías para **comunicar eficazmente la riqueza cultural y geográfica del país.**



Importancia del turismo:

El turismo es un pilar indiscutible de la economía española, actuando como motor de crecimiento económico y generador de empleo, representando una parte significativa del PIB nacional. España se posiciona como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial, atrayendo a millones de visitantes cada año y consolidando su relevancia en el sector global.

Adaptación y diversificación:

Existe la necesidad de diversificar la oferta turística más allá del turismo de sol y playa, promoviendo experiencias de lujo y atrayendo turismo de calidad mediante inversiones en la recuperación del patrimonio histórico. El mejor indicador del éxito del turismo no es la cifra de visitantes, sino el desarrollo económico que lleva asociado.

Conectividad y estacionalidad:

Resulta de vital importancia la mejora de la conectividad, especialmente con Asia, para el crecimiento del sector y también para reducir la temporalidad en el empleo turístico.

Colaboración y sostenibilidad:

Es vital la colaboración público-privada, la innovación y la sostenibilidad en un entorno turístico cambiante para el desarrollo de estrategias que beneficien tanto a las empresas como a los destinos turísticos.



Miguel Sanz

Director General de Turespaña

“La digitalización es un reto fundamental para el futuro del turismo, permitiendo una mejor gestión y promoción de destinos. La tecnología puede mejorar la experiencia del turista y facilitar la interacción entre oferta y demanda.”

“Estamos trabajando en un modelo más sostenible socialmente, lo que implica reducir la temporalidad laboral como se está haciendo.”

“Desde Turespaña se ha realizado un esfuerzo para incentivar la demanda de productos relacionados con experiencias en el interior del país para generar crecimiento económico. Tenemos que añadir productos que completen la oferta turística y generen desarrollo y bienestar”.



Reyes Maroto

Ex ministra de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España

“Hay la necesidad de un cambio constante y adaptativo en el turismo, que hace necesaria la inversión público-privada. La recuperación del patrimonio histórico y la promoción del turismo rural son elementos clave para atraer a un público de calidad.”

“Hemos sabido incorporar muy bien el concepto de experiencia turística como valor, y nos estamos esforzando para que la calidad sustituya la cantidad. Aumentando el gasto del turismo, no es necesario conseguir tanto volumen”

“El reposicionamiento de destinos como turismo de lujo puede ser muy atractivo para España. No sólo necesitamos competir en el segmento de hotelería sino en el de experiencia de lujo”.





EL TURISMO: UN PROYECTO PARA EUROPA

MAYO 2024

Giuseppe Buccino Grimaldi
Embajador de Italia ante el Reino de España y el Principado de Andorra

João Antonio Da Costa Mira Gomes
Embajador de Portugal en España

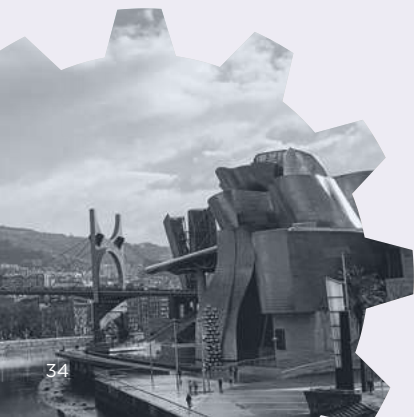
Moderador

Xavier Vidal Folch
Periodista de El País

Giuseppe Buccino y João Antonio Da Costa Mira destacan el papel de España, Italia y Portugal como potencias turísticas y abogan por la autenticidad.

Nos gusta definir el turismo como la “**Industria de la felicidad**”, pero también lo consideramos la “**Industria de la paz**”. El turismo, al fomentar el conocimiento de otras culturas, historias y tradiciones, contribuye al entendimiento y el respeto hacia los demás, acompañado de una actividad comercial en torno a esta conexión, es menos probable que haya conflictos. Por ello, es crucial la **colaboración entre países para desarrollar el turismo**.

Durante la charla, ambos embajadores analizaron la situación actual de los principales destinos turísticos de Europa y los desafíos que enfrentan. Entre los temas tratados destacaron el **papel del turismo para mejorar la imagen de los países del sur y su tejido empresarial**, la necesidad de contrarrestar la estacionalidad mediante propuestas culturales y una oferta hotelera de calidad, así como el impacto de las viviendas turísticas y la urgencia de avanzar hacia modelos turísticos sostenibles.



Importancia estratégica del turismo en Europa:

Especialmente en el sur, el turismo es un motor económico y social clave para la modernización de ciudades y la recuperación tras crisis como la pandemia o la financiera de 2008.

Turismo cultural y patrimonio:

El turismo impulsa la valorización del patrimonio histórico, transformando de manera positiva las ciudades. Este sector no solo preserva y enriquece el legado cultural, sino que también fomenta relaciones bilaterales, mejorando el entendimiento entre países. Además, contribuye a modernizar la imagen de los destinos a nivel internacional.

Sostenibilidad y diversificación:

Enfrentar el desafío de equilibrar el crecimiento turístico con la sostenibilidad implica diversificar la oferta y promover experiencias de alta calidad, evitando así la masificación en ciudades concurridas. Esta estrategia permite distribuir mejor los flujos de visitantes, protegiendo el patrimonio local y garantizando una experiencia más auténtica.

Regulación e integración urbana:

Discutir la necesidad de regulación en el alojamiento turístico y la vivienda para que el turismo se integre sin transformar las ciudades en “parques temáticos”.

Turismo de negocios como catalizador:

Ejemplos como el “Web Summit” en Lisboa muestran cómo eventos de turismo de negocios pueden impulsar la inversión y el desarrollo tecnológico.

Revitalización rural:

El turismo impulsa el desarrollo económico en áreas rurales y despobladas, generando nuevas oportunidades de crecimiento y revitalización. Este sector no solo diversifica la economía local, sino que también fomenta la creación de empleo, la preservación del patrimonio y el arraigo de la población.



Giuseppe Buccino Grimaldi

Embajador de Italia ante el Reino de España y el Principado de Andorra

“El turismo no debe medirse únicamente por la cantidad de visitantes, sino también por su capacidad para mejorar la calidad de vida local y la economía. El crecimiento del turismo en Italia tiene un impacto positivo en lugares como Nápoles.”

“La globalización ha homogenizado la experiencia turística en las ciudades europeas. Es fundamental ofrecer experiencias únicas que satisfagan las demandas específicas de turistas de diferentes orígenes.”

“España e Italia lo están haciendo bien. Ciudades como Toledo son auténticas. Los nuevos conceptos de hotel boutique o de montaña están preparados para turistas que buscan experiencias diferentes”.



João Antonio Da Costa Mira Gomes

Embajador de Portugal en España

“El turismo ha contribuido a cambiar la imagen del sur de Europa en el mundo, sobre todo desde la crisis financiera de 2008. La forma en que los empresarios afrontaron la crisis entonces y también después de la pandemia fue fundamental para dar una imagen de países modernos, responsables y solidarios.”

“Tenemos que encontrar la felicidad de quien visita y de quien recibe a los visitantes. Hay que compatibilizar el interés de los ciudadanos locales con el desarrollo del turismo en los destinos. Para ello tenemos que gestionar el turismo de masas y apostar por el valor añadido.”

“Los turistas buscan experiencias. Para eso es fundamental cuidar la personalidad de los destinos, que empieza por cuidar a los propios ciudadanos. Tenemos que promocionar cada vez más el turismo de interior, no sólo las ciudades.”



EL TURISMO PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

JUNIO 2024

Alfonso Rueda
Presidente de Xunta de Galicia

Adrián Barbón
Presidente del Principado de Asturias

Moderador

Bieito Rubido
Director del periódico digital El Debate

Alfonso Rueda y Adrián Barbón abogan por el turismo de calidad y experiencias como fórmula de éxito en el norte de España.

En el marco de la charla ambos presidentes se refirieron a los beneficios del turismo para los territorios del norte de España, analizando el peso cada vez mayor de este sector en la economía gracias a una **oferta alternativa al turismo de sol y playa**.

Entre los principales temas abordados destacan la necesidad de políticas de promoción turística, la problemática que representa la **falta de personal especializado**, las políticas de cooperación entre territorios, el auge del turismo cultural y gastronómico, el apoyo institucional a la industria turística y la preocupación ante la **creciente turismofobia en España**.



El turismo como motor económico y social:

Desde los años 60, el turismo ha sido clave en la modernización de España, transformando ciudades y regiones como Asturias y Galicia. Y actualmente es crucial para revitalizar áreas despobladas mediante experiencias turísticas de calidad, como el Camino de Santiago.

El reto de formar profesionales para el sector:

Asturias y Galicia enfrentan una escasez de personal cualificado en hostelería, lo que afecta el crecimiento del turismo. Se están impulsando más ofertas formativas, como grados universitarios y escuelas de formación profesional en hostelería.

Desestacionalización del turismo:

Los líderes regionales de Asturias y Galicia están promoviendo estrategias para atraer turismo durante todo el año, especialmente a través de nuevas infraestructuras ferroviarias, como el AVE, que conectan mejor ambas regiones con el resto de España.

Cooperación entre Galicia y Asturias:

Ambas regiones trabajan en conjunto para promoverse como destinos complementarios, maximizando sus atractivos culturales y naturales. Se busca un equilibrio en el flujo de turistas y evitar la saturación en temporadas altas.

Infraestructuras y conectividad como clave del éxito:

La mejora de conexiones ferroviarias y aéreas, incluidas las líneas de bajo coste, está transformando el turismo en Asturias y Galicia, facilitando un mayor acceso a turistas nacionales e internacionales, lo que impulsa el crecimiento del sector.



Alfonso Rueda

Presidente de Xunta de Galicia

“El Camino de Santiago es una de las grandes oportunidades para recuperar zonas despobladas, similar a cómo el turismo modernizó el país en los años 60.”

“Es fundamental saber distribuir el turismo todo el año, evitando concentrarlo solo en temporadas altas. En Galicia, el turismo tiene un campo enorme para desarrollarse de forma sostenible.”

“No tenemos un problema de saturación turística en absoluto. La tasa turística no me parece una solución porque lanza mensajes erróneos que perjudican a los destinos del norte dando a entender que no tienen cabida más turistas.”



Adrián Barbón

Presidente del Principado de Asturias

“Asturias ha batido récords turísticos tras la pandemia, consolidándose como un destino seguro y atractivo, especialmente por su oferta cultural y paisajística.”

“El turismo en Asturias es clave para la recuperación de zonas rurales, donde el Camino de Santiago está reviviendo pueblos que estaban deshabitados.”

“Nos preocupa mucho la turismofobia; no podemos permitir que se extienda la idea de que ya no queremos más turistas en nuestras regiones. Ni Galicia ni Asturias están en los niveles de masificación de otras comunidades autónomas. En Asturias queremos un turismo sostenible, y estamos apostando por ordenar las viviendas turísticas con una reforma que empodera las comunidades de vecinos”.





EL FUTURO DEL TRANSPORTE FERROVIARIO DE VIAJEROS

JULIO 2024

Simone Gorini
Consejero delegado de Iryo

Raül Blanco
Presidente de Renfe

Moderador

Victor de Elena
Periodista especializado en transportes de El Economista

Raül Blanco y Simone Gorini señalan la intermodalidad y las rutas internacionales como las claves del futuro del sector ferroviario de viajeros

En el marco de la charla ambos invitados han analizado la **transformación del transporte ferroviario en España** en los últimos años, así como las perspectivas de futuro. Además, han desgranado factores de aumento de demanda del sector, las previsiones para los próximos meses de verano, la **apuesta por el producto de calidad frente al modelo low cost**, la multimodalidad, la segunda liberación del mercado ferroviario español o la internacionalización de ambas compañías, entre otros.



Transformación del sector ferroviario en España:

En los últimos tres años, la liberalización ha transformado el modelo ferroviario, permitiendo la competencia entre operadores como Renfe e Iryo, mejorando el servicio y aumentando las ciudades conectadas por alta velocidad.

Competencia en el sector ferroviario:

Renfe e Iryo compiten en diferentes segmentos. Ambos buscando mantener la calidad del servicio sin sacrificar precios.

Intermodalidad y conectividad:

El desarrollo de la intermodalidad es clave para impulsar el turismo y la economía española. Se busca integrar mejor el transporte ferroviario con otros medios, como el aéreo, para ofrecer conexiones más rápidas y eficientes, centrando la experiencia de viaje en el usuario y ofreciendo un servicio más completo.

Planes de expansión y liberalización:

La “segunda liberalización” planea abrir nuevos corredores ferroviarios, como los de Galicia y Asturias, aumentando la capacidad y las oportunidades de conexión.

Desafíos futuros:

Los operadores enfatizan la importancia de reducir costes de infraestructura para que el sistema sea rentable y sostenible a largo plazo. Esto permitirá a los trenes ser más eficientes y mantener su calidad.



Simone Gorini

Consejero delegado de Iryo

“Nosotros apostamos por un modelo premium con trenes de alta calidad, un servicio excelente y una experiencia de viaje superior.”

“No tenemos la intención de generar una guerra de precios. Queremos competir en precio, calidad y servicio, ajustándonos al mercado, pero siempre preservando el valor del sistema.”

“Hemos lanzado servicios de intermodalidad como ‘Iryo Taxi’ e ‘Iryo Coche’, que conectan el tren con otros medios de transporte, permitiendo un servicio puerta a puerta.”



Raúl Blanco

Presidente de Renfe

“El cliente reclama cada vez más “el puerta a puerta” y la multimodalidad. En Renfe estamos cambiando el software para facilitar la venta de billetes también de otros medios de transporte, realizando acuerdos con Iberia y con Alsa para ofrecer un servicio integral al cliente.”

“La competencia debe existir en precio, pero debemos valorar los elementos de calidad del sistema a largo plazo. Si no, la calidad bajará y el servicio empeorará, lo cual no tiene sentido.”

“No puede ser sostenible operar eternamente con pérdidas. Es esencial que las infraestructuras y operaciones sean eficientes y ágiles.”



EL TURISMO COMO MOTOR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA CLAVES Y RETOS

SEPTIEMBRE 2024

José Manuel González-Páramo
Profesor del IESE, Presidente de European DataWarehouse, y Consejero de Abanca

Jordi Sevilla
Director de Contexto Unidad de Inteligencia, LLYC

Moderador

Rubén Esteller
Director Adjunto de El Economista

José Manuel González-Páramo y Jordi Sevilla señalan el sector turístico como uno de los principales responsables de la previsión de crecimiento de España

El turismo ha sido clave en la transformación económica de España, aportando alrededor del **13% del PIB** y siendo fundamental en la recuperación tras crisis económicas. Sin embargo, el sector enfrenta riesgos debido a **restricciones financieras y desequilibrios en el mercado laboral**, además de un contexto global incierto marcado por inflación y conflictos internacionales. Para mantener su competitividad, el turismo debe apostar por la digitalización, la sostenibilidad y la eficiencia laboral.

Durante la charla, los ponentes destacaron la **importancia de adaptarse a estos desafíos para asegurar la relevancia futura del sector**, subrayando la necesidad de calidad y seguridad en la oferta.



Impacto económico y bienestar:

El turismo es un pilar fundamental para la economía española, aportando significativamente al PIB y siendo una importante fuente de empleo en el país. Al mismo tiempo, el turismo contribuye al bienestar de la población, mejorando infraestructuras y servicios, y promoviendo el desarrollo de espacios públicos.

Ventajas competitivas:

España cuenta con una serie de factores estructurales que favorecen muchísimo el desarrollo del turismo, y que permanecerán incluso en tiempos de crisis. Clima, geografía, historia y cultura, junto con una infraestructura de transporte y accesibilidad de primer nivel.

Innovación y formación:

La Innovación constante, la mejora de la formación y la resolución de la rotación de personal resultan claves para mantener la calidad y la competitividad del sector turístico.

Colaboración y apoyo público:

Se requiere mayor apoyo público, como un PERTE específico para el turismo para financiar la sostenibilidad del sector.

Optimismo y adaptación:

Pese a los desafíos, el sector se muestra optimista y comprometido con su adaptación a nuevas demandas para asegurar un futuro sostenible en una fórmula de colaboración entre el sector privado y público.



José Manuel González-Páramo

Profesor del IESE, Presidente de European DataWarehouse, y Consejero de Abanca

“Tenemos que esforzarnos en diversificar más geográficamente, estacionalmente y por actividades, y esto es una regla de gestión de riesgos básica. La sostenibilidad medioambiental y social es crucial. El turismo es un sector que vende servicios que son muy elásticos a la renta y muy elásticos al precio.”

“Los empleos que permiten combinar el trabajo en remoto y el presencial son los más demandados, pero el sector turístico requiere presencialidad. Éste es un tema mayor, y los incentivos son muy importantes para reducir la rotación”.

“El minifundismo empresarial tiene más costes financieros. Las pequeñas empresas innovan menos, son más inestables. El sector turístico necesita grandes agentes y colaboración”.



Jordi Sevilla

Director de Contexto, Unidad de Inteligencia LLYC

“Estamos creciendo por encima de las perspectivas. El turismo cada año tiene más peso gracias a que ha hecho una reconversión silenciosa en términos cualitativos, adaptándose a la demanda del cliente, las nuevas tecnologías y la sostenibilidad. Es decir, se ha modernizado”.

“Existe un desequilibrio entre las condiciones de vida y las laborales, es necesario cambiar por completo la estructura de la actividad laboral en las empresas e industrias.”

“El proceso de cambio de país e internacionalización que se ha hecho en España en los últimos años también se ha dado en el sector turístico. Hoy tenemos grandes empresas en el sector, como Grupo Hotusa.”





EL TURISMO COMO MOTOR DE CRECIMIENTO PARA LAS CIUDADES

OCTUBRE 2024

José Luis Martínez Almeida
Alcalde de Madrid

Francisco de la Torre
Alcalde de Málaga

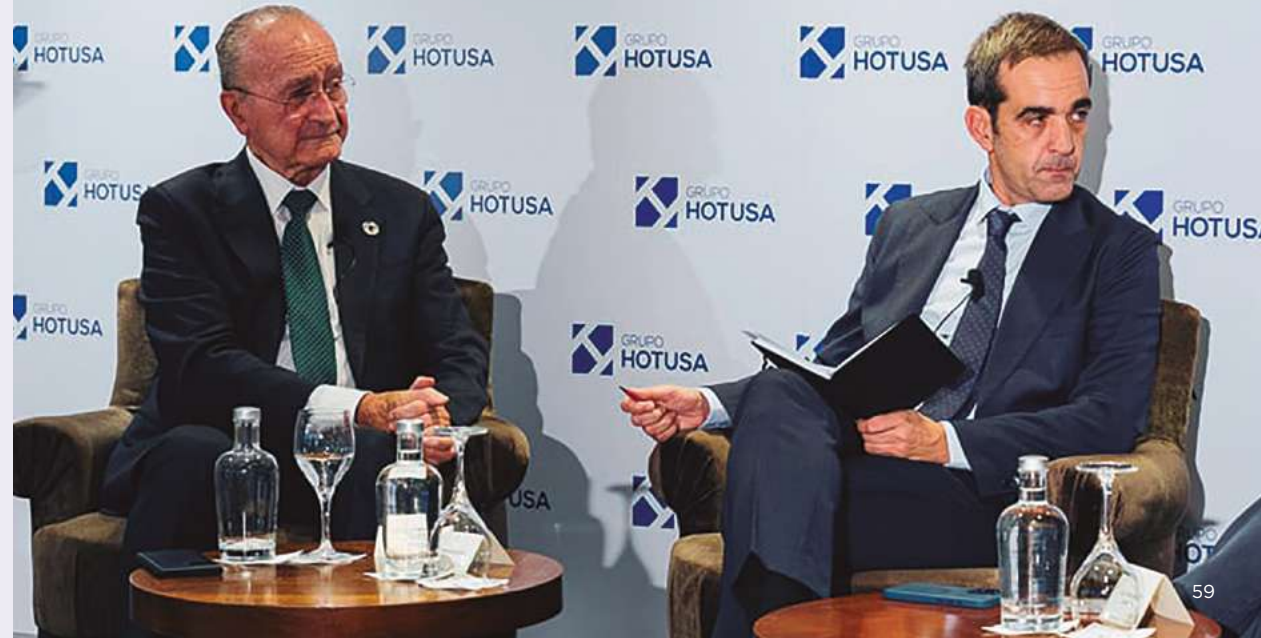
Moderador

Jaime Rodríguez
Redactor Jefe del suplemento Gran
Madrid del periódico El Mundo

José Luis Martínez-Almeida y Paco de la Torre destacan los beneficios sociales y económicos del turismo y la buena imagen del sector entre los ciudadanos.

El **turismo** se ha consolidado como uno de los principales **motores económicos** en numerosas ciudades alrededor del mundo, impulsando la creación de empleo, la inversión y el desarrollo en múltiples sectores. Su impacto va más allá de la economía local, al desempeñar un **papel clave en la promoción cultural**, la revitalización urbana y la mejora de infraestructuras y servicios.

Durante esta charla, ambos alcaldes destacaron la importancia del turismo para las economías locales, así como su papel en el fortalecimiento de infraestructuras. También se discutieron temas relevantes como la necesidad de **fomentar un turismo sostenible y de calidad**, la colaboración público-privada para optimizar el sector, la integración entre residentes y turistas, y el uso de la **tecnología para mejorar la experiencia de los viajeros**.



Percepción positiva del turismo:

Los ciudadanos valoran el turismo como un motor de crecimiento económico y social. Sus efectos positivos se hacen evidentes en el espacio público y mejoran la calidad de vida general de la ciudad.

Turismo como beneficio local:

El turismo debe servir para mejorar la calidad de vida de los residentes, especialmente en servicios públicos, infraestructuras, oferta cultural y deportiva.

Colaboración público-privada para la optimización y crecimiento:

Resulta de vital importancia abrir una vía de colaboración entre el ayuntamiento y la industria turística para abordar problemas y asegurar un crecimiento y desarrollo sostenible.

Crecimiento del turismo de congresos:

El aumento del turismo de congresos genera un círculo virtuoso en las ciudades, donde la oferta cultural y gastronómica atrae a visitantes de calidad, creando sinergias beneficiosas para la ciudad.



José Luis Martínez Almeida

Alcalde de Madrid

“Madrid se percibe como una ciudad muy abierta y acogedora, donde la mayoría de los madrileños entiende la realidad económica como un motor de crecimiento. Este enfoque les permite reconocer los beneficios que el turismo aporta a la ciudad, no solo en términos económicos, sino también en la mejora de nuestro espacio público y en la calidad de vida urbana.”

“Lo que se debe hacer es trabajar en colaboración con la industria turística desde el Ayuntamiento para abordar y resolver esos inconvenientes. Las ventajas que el turismo tiene para la ciudad no son sólo económicas, sino en términos de mejora como la regeneración urbana. El reto principal que tenemos que afrontar son las viviendas turísticas ilegales.”

“Madrid será la mejor ciudad para venir si es la mejor ciudad para vivir”.



Francisco de la Torre

Alcalde de Málaga

“El turismo debe tener como objetivo mejorar la calidad de vida de los malagueños, ofreciendo servicios públicos de la mejor calidad posible y dotando a la ciudad de instalaciones culturales e institucionales que beneficien a sus habitantes. Además, resulta especialmente atractiva para los turistas.”

“Nos falta mejorar la comunicación viaria y ferroviaria. Una línea nueva que conecte Málaga con Marbella y con el aeropuerto. También mejorar la conexión interurbana, y a nivel cultural construir un Auditorio”.

“Abogamos por la implantación de la tasa turística a través de la modificación de la Ley de Haciendas Locales para que, previo consenso con el sector, los ingresos que produzcan las pernoctaciones en las viviendas turísticas sean utilizados por los ayuntamientos para ayudar a las familias que tienen dificultades para acceder al alquiler”





TURISMO Y TERRITORIOS: CLAVES PARA EL DESARROLLO Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

NOVIEMBRE 2024

Mateu Hernández
Director General de Turismo de Barcelona

Raquel Sánchez
Presidenta de Paradores

Moderadora

Miri Barreira
Ex comisionada para el Reto Demográfico

Mateu Hernández y Raquel Sánchez debaten sobre el impacto del turismo en el desarrollo de los territorios y la conservación del patrimonio.

El turismo es un motor esencial de crecimiento económico y social, desempeñando **un papel clave en la recuperación y preservación del patrimonio histórico**. Además, representa una oportunidad única no solo para transformar las ciudades sino también para **revitalizar la denominada España vaciada**, convirtiéndola en un eje de desarrollo con el resto del país.

Durante el debate, se abordó el turismo no solo como **una fuente de felicidad colectiva**, sino también como una poderosa **herramienta para derribar prejuicios**, enriquecer el valor cultural de los territorios y promover **una sostenibilidad integral** que abarque las dimensiones económica, social y medioambiental.



Transformación de ciudades y dinamización del patrimonio:

El turismo ha demostrado ser una herramienta clave, transformando ciudades posindustriales en referentes globales y revalorizando espacios culturales. Mediante la mejora de infraestructuras, la atracción de eventos y una estrategia más sostenible, muchas urbes han logrado equilibrar el crecimiento económico con la preservación de su legado histórico. Este enfoque no solo impulsa el desarrollo local, sino que también asegura un impacto positivo tanto para residentes como para visitantes.

La sostenibilidad como eje central:

La sostenibilidad debe abordarse desde una perspectiva integral que abarque los ámbitos ambiental, social y económico. Esto implica, por ejemplo, la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo de herramientas tecnológicas capaces de personalizar la experiencia turística. En ambos casos, es esencial fomentar una colaboración público-privada sólida y fluida para garantizar resultados efectivos.

El impacto económico y cultural del turismo:

El turismo genera un 15% del PIB de Barcelona y emplea a 153.000 personas directamente. Además, es un catalizador para otros sectores, como la educación y la gastronomía. En el caso de Paradores, el turismo también promueve la Marca España, destacándose como un símbolo de calidad y competitividad a nivel internacional.

El futuro del turismo como generador de felicidad y progreso:

Es importante diseñar estrategias que equilibren la calidad de vida local con la experiencia del visitante. Los valores del turismo, como la conexión cultural, la generación de conocimiento y la creación de oportunidades, refuerzan su papel como una "industria de la felicidad".



Mateu Hernández

Director General de Turisme de Barcelona

“Barcelona pasó de ser una ciudad en crisis a convertirse en un referente mundial tras los Juegos Olímpicos de 1992. El turismo fue clave en esa transformación.”

“Debemos apostar por un turismo más selectivo, que atraiga a visitantes que aporten valor económico y cultural, y al mismo tiempo, regenerar nuestra ciudad.”

“El turismo no solo revitaliza espacios urbanos, también ayuda a atraer talento y a posicionar a la ciudad en el mapa global.”



Raquel Sánchez

Presidenta de Paradores

“Paradores ha demostrado que la gestión pública puede ser eficiente y sostenible, recuperando patrimonio histórico y generando desarrollo en territorios despoblados.”

“El turismo es una herramienta de sostenibilidad: no solo en lo económico, sino también en lo social y medioambiental.”

“Queremos dinamizar los territorios y generar calidad de vida a través de la conservación y la difusión del patrimonio del país. Nuestro objetivo es construir un turismo sostenible y respetuoso.”





La de la INDUSTRIA *felicidad*


La de la INDUSTRIA *felicidad*

Ciclo desayunos de debate
#LaIndustriaDeLaFelicidad





www.laindustriadelafelicidad.travel

 #LaIndustriaDeLaFelicidad  #LaIndustriaDeLaFelicidad