

Informe de Repercusión

Jornada “NUEVOS RETOS DEL SECTOR TURÍSTICO: Sostenibilidad, tecnologías y relación con el cliente”

Málaga, 11 de Abril de 2018



El reto de la digitalización dividirá el turismo entre «empresas rápidas y muertas»

PILAR MARTÍNEZ

pmartinez@diariosur.es



Expertos debaten sobre la necesidad de acometer la transformación para sobrevivir y las oportunidades que se abren para el sector

MÁLAGA. Coger el tren de la digitalización y hacerlo a la velocidad al que avanza en la actualidad será la garantía de éxito de las empresas turísticas, tanto por la necesidad imperiosa de no quedarse al margen como por las oportunidades que se abren para el empresario. De ahí que ayer quedara claro que el reto de la digitalización dividirá en unos años al turismo entre «empresas rápidas y empresas muertas», apuntó el delegado en Málaga de la Cámara Franco-Española, Alejandro Hernández del Castillo. Lo hizo en la presentación de una jornada de trabajo, inaugurada por el alcalde, Francisco de la Torre, y organizada por esta institución empresarial, en la que expertos analizaron los nuevos retos del sector turístico: sostenibilidad, tecnologías y relación con el cliente. El presidente de la Cámara Franco-Española La Chambre, Laurent Paillassot, apuntó que Francia y España comparten liderazgo en Europa en cuanto a banda ancha como en indicadores turísticos, por lo que consideró que estos países tienen que liderar la transformación digital del turismo, que señaló como una de las actividades productivas con mayor impacto por esta nueva revolución tecnológica, no sólo en el modelo de negocio sino también en la relación con el cliente. «Tenemos el reto de modernizar el sector servicios». Así, explicó que se imponen tres tenden-

cias: el 72% compra los viajes 'on line', un 15% más, y un tercio de ellos lo hace a través del móvil; el nuevo viajero busca hacerse ciudadano del destino en sus estancias y conoce a la perfección las nuevas alternativas de economía colaborativa; y un cambio radical en la intermediación en la que para personalizar los viajes será clave hacer uso de los datos que el turista deja en los destinos. «Hay mucho por hacer, pero el turismo es el motor de la economía y tiene que tomar las riendas de la transformación digital para seguir siendo fuerte», concluyó Paillassot.

El alcalde hizo hincapié en las oportunidades que ofrecen estas tecnologías para mejorar el posicionamiento de las ciudades, con posibilidad de emitir en directo los grandes acontecimientos, para advertir de los flujos y evitar la saturación, y para planificar, como es el caso de Málaga, nuevas zonas de atracción de turistas para

evitar problemas de rechazo de los ciudadanos. A lo que añadió que permiten avanzar en la conquista de un turismo de más calidad. De la Torre instó a «utilizar estas innovaciones para fortalecer el turismo y sacar más partido a la información que dejan los turistas».

En este sentido, en un abarrotado salón del Museo Thyssen, el consejero delegado de Turismo y Planificación Costa del Sol, Jacobo Florido, resaltó la importancia de la gestión sostenible como un factor clave para proporcionar experiencias positivas a los clientes y hacer al destino más com-

petitivo. Florido detalló que «no vale tener un entorno natural envidiable, una gran cantidad de recursos turísticos o un destino bello, porque tenemos que atender a un nuevo turista multicanal y multisensorial».

En la mesa redonda, moderada por Evaristo Nogales, responsable de Estrategia de Singular, el director territorial de Orange, Francisco Huidobro, alertó de que los cambios ya están aquí y hay que encararlos juntos tanto administraciones como empresarios. «Es importante emplear la tecnología en el conocimiento de los comportamientos del turista», recaló. El director del Parque Tecnológico de Andalucía, Felipe Romera, aseguró que «ahora la tecnología puede ser clave en la supervivencia del turismo. Además, es un fenómeno que va a ir a peor para los empresarios que no quieran enterarse de este tsunami tecnológico».

El gerente de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, explicó la apuesta realizada para trabajar con los grandes y avanzar hacia un destino inteligente que permite ser más eficaces y eficientes en la promoción. «La Costa cuenta con los mejores compañeros de viaje de la tecnología», dijo. Asimismo, el presidente de la Autoridad Portuaria, Paulino Plata, esbozó las buenas perspectivas para cruceros y apuntó a que la tecnología ayudará a romper con la estacionalidad.

Instan a sacar más partido a los datos que dejan los turistas durante sus estancias



De la Torre, en la inauguración de la jornada sobre transformación digital en el turismo. :: MIGUEL FERNÁNDEZ

Expertos apuestan por aprovechar los datos para renovar el sector turístico

● El futuro del sector pasa por utilizar la información que dejan para mover recursos y seleccionar la demanda más interesante

Isabel M. Ruiz MÁLAGA

El futuro del sector turístico no puede ir separado del avance de las nuevas tecnologías. Los principales agentes del sector en Málaga, reunidos ayer en torno a la mesa Nuevos retos del sector turístico: sostenibilidad, tecnologías y relación con el cliente, lo tienen claro: convertir cualquier ciudad en un destino inteligente pasa por saber ver el universo de oportunidades que ofrece el big data.

El reto está en afrontar este paradigma en un sector "atomizado" por pymes

Vivimos en un mundo hiperconectado que se deja encandilar cada día más por lo que llaman "el internet de las cosas". Generamos datos a cada paso.

Este nuevo paradigma ha cambiado por completo la forma de comportarse de los turistas, que ya no solo buscan planificar su experiencia sino que quieren, entre otras cosas, recordarla y compartirla. Esto es

al mismo tiempo un gran reto para las empresas, que se ven en la obligación de adaptar su modelo de negocio y de aprovechar la oportunidad que esta avalancha de información les ofrece. El big data muestra qué quiere el turista, cómo lo quiere, y, al mismo tiempo, permite medir el impacto de las acciones que las empresas del sector realizan. Con ello, según Francisco Huidobro, director territorial de Orange, la clave está en tomar patrones y realizar ofertas cruzadas que aprovechen las tendencias, mover los recursos y a los turistas.

En otras palabras, las de Arturo Bernal, gerente de Turismo y Planificación Costa del Sol: "Tenemos que hacer una selección del cliente en base a la información que tenemos de ellos. Necesitamos acceder a los datos que general para seleccionar el turista idóneo". La teoría está bien definida y es compartida pero, en un rápido análisis del sector queda de manifiesto que "España tiene una carencia en este sentido". El turismo nacional está plagado de pymes que carecen de capacidad para hacer frente a esta avalancha de tecnología y han traspasando, en su mayoría, las herramientas a grandes empresas, co-



Turistas pasean por el Palmeral de las Sorpresas.

ANDRÉS ALONSO

REACCIONES

Francisco de la Torre: "No hay que ir a la masificación sino a la calidad"

Ante el fuerte impulso del sector turístico en Málaga, el alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre, hizo hincapié en la necesidad de crear una estrategia para organizar el espacio turístico. "No queremos caer en el rechazo que está naciendo en otras ciudades hacia el sector, en la turismofobia. No estamos ahí y tenemos que evitar llegar", dijo. Algunas de las soluciones que puso sobre la mesa pasan por desplazar el espacio turístico a zonas como El Perchel, ampliarlo a espacios como Tabacalera o apostar por

la conexión de la Alcazaba con Gibraltar. En resumen: crear espacios y aprovechar los que ya existen para alejar la ciudad de la masificación y optar por la calidad. En este sentido, Paulino Plata también quiso ampliar el debate hacia la población local: "Es importante ver cómo viven todo esto los malagueños, cómo ven que las calles se utilizan en beneficio de empresas que luego no aportan nada al bien común. Centramos los esfuerzos solo en una parte, en atraer al turista y no en reputar al sector", dijo.

mo Booking, según Huidobro. Dotar a estas empresas de las suficientes herramientas para canalizar todas las posibilidades que ofrece el big data no es fácil, pero es la propuesta de Felipe Romera, director FTA, que pone el foco en la proximidad: "La clave está en ayudar a las empresas locales en la digitalización", porque además, "la transformación va a una velocidad inaudita". En este mismo sentido, Paulino Plata, presidente de la Autoridad Portuaria de Málaga, añade otra estrategia: crear sinergias entre las distintas instituciones. El reto está encima de la mesa y, según Romera, puede convertirse en un problema de supervivencia: "Iré a peor para quien no sepa montarse en la ola".

Futuro del sector

La tecnología digital: nuevo reto para el sector turístico en la Costa del Sol

Ayer se celebró el ciclo de conferencias 'Nuevos retos del sector turístico' dónde la sostenibilidad y los clientes también fueron objetivos de debate

María Dolores Medina | 12.04.2018 | 05:00

Las nuevas tecnologías evolucionan día tras día a pasos agigantados. Al igual que estas evolucionan, la sociedad lo va haciendo con ellas. Los ciudadanos se adaptan y aprenden a utilizarlas, De igual modo, lo han comenzado a hacer empresas e instituciones. Así, el sector turístico no puede quedarse atrás, o así lo expresaron los ponentes de la conferencia 'Nuevos retos del sector turístico', celebrado ayer en el salón de actos del Museo Carmen Thyssen.



Imagen de la mesa redonda realizada durante el evento.

Televisión

Canal Málaga

11/04/2018



<http://www.canalmalaga.es/noticias-2-edicion>

Noticias Segunda Edición. 11/04/2018 Min. 15.45'

PUBLICACIONES DIGITALES

- <http://www.diariosur.es/turismo/reto-digitalizacion-dividira-20180412003609-ntvo.html>
- <http://www.laopiniondemalaga.es/turismo/2018/04/12/tecnologia-digital-nuevo-reto-sector/999272.html>
- http://www.malagahoy.es/malaga/Expertos-apuestan-aprovechar-renovar-turistico_0_1235277160.html
- http://www.malaga.es/comunicacion/2746/com1_md3_cd-35154/turismo-costa-expone-estrategia-digital-marco-conferencia-nuevos-retos-sector-turistico
- <http://m.europapress.es/turismo/destino-espana/costa-sol/noticia-posicionarse-destino-inteligente-estrategia-digital-costa-sol-20180411171932.html>
- <https://www.20minutos.es/noticia/3311119/0/turismo-posicionarse-como-destino-inteligente-estrategia-digital-turismo-costa-sol/>
- <http://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20180411/442465935517/turismo-posicionarse-como-destino-inteligente-la-estrategia-digital-de-turismo-costa-del-sol.html>