

La reactivación de los mercados asiáticos marcará la recuperación del turismo internacional

La asociación PATA desvela en TIS2021 las claves del caso de éxito en la restauración de viajes en Asia Pacífico

Deloitte presenta el Plan de Transformación del Sector Turístico, con una inversión de 31.000 millones de euros para llevarlo a cabo

Madrid, 11 de noviembre de 2021. – Tras la primera jornada de **TIS – Tourism Innovation Summit 2021** con la sostenibilidad como eje estratégico, la agenda del segundo día de la cumbre internacional en innovación turística ha estado enfocada en analizar y descubrir las claves, acciones y estrategias pioneras enfocadas en recuperar la actividad turística y restaurar la demanda nacional e internacional.

Un ejemplo de ello ha sido la presentación del plan de resiliencia y recuperación de la actividad turística impulsado en Asia Pacífico. **Daniela Wagner, Directora de Europa de PATA (Pacific Area Travel Association)** ha analizado el caso de éxito de cómo esta región ha reanudado los viajes y la labor de la asociación para apoyar esta tarea. “*La equidad en la distribución de vacunas ha sido uno de los principales problemas en la recuperación turística de Asia Pacífico, por la estructura geográfica de las sociedades de esta región*”, intervenía Wagner. Desde PATA, vieron en la educación y en la formación una oportunidad para renovar el modelo de negocio turístico de Asia Pacífico y adaptarlo a la nueva situación, “*lanzamos una campaña de formación con contenidos y talleres sobre protocolos sanitarios, soluciones tecnológicas y herramientas digitales que podían aplicarse en cadenas hoteleras o en el sector de la restauración, para que los propios empleados del sector liderasen el cambio en los viajes*”, añadía Wagner.

Transformación del modelo turístico en el panorama nacional

Junto a este referente en turismo internacional, **Jorge Gilabert, socio de Deloitte**, ha presentado el Plan de Transformación del Sector Turístico llevado a cabo por Deloitte, en el que presentan cinco medidas para mejorar la resiliencia del sector e impulsar su transformación y recuperación: mejor conexión de las infraestructuras, cualificación y formación de los profesionales, digitalización, inversión en I+D y gestión sostenible de los viajes. Cinco ejes estratégicos que, de acuerdo con el mismo estudio, requieren de una inversión de 31.000 millones de euros para llevarlo a cabo.

La conferencia ha contado además con **Jorge Schoenenberger, CEO de Grupo Viajes El Corte Inglés**, quien ha apuntado uno de los actuales problemas en la gestión turística de España: “*Gastamos mucho dinero en campañas de marketing para atraer turismo, pero no damos al consumidor la facilidad para que pueda organizar de forma unificada el vuelo, el alojamiento y la oferta de ocio en una sola plataforma*”. En cuanto a los viajes profesionales, el directivo de Viajes El Corte Inglés ha apuntado: “*Ahora mismo las pymes son las empresas que más viajan, situándose tan solo a un 15% de la recuperación completa, lo que a su vez genera una tendencia muy positiva en la reactivación del sector MICE*”. Junto a él, **Gines Martinez, CEO de Jumbo Tours Group**, ha avisado de que no se relaje la gestión política, debido a la cuota de mercado histórica y el buen posicionamiento de España en turismo. “*Hay un problema de unidad del sector y diversificación de actores. Esto hace que los planes del gobierno en materia de turismo no se enfoquen de forma homogénea para todo el país, sino de forma segmentada por comunidades autónomas, lo que dificulta que aumente la competitividad del país*”, añadía



La agenda del segundo día de TIS2021 ha contado además con líderes en turismo de empresas como NH Hotel Group, Radisson Hotel Group, Meliá Hotels International, AENA, Amadeus, Accenture, Queer Destinations y PortAventura World, entre otras.