

## Europa y Corea del Sur comparten visión para alcanzar un turismo más humano y conectado

**TIS – Tourism Innovation Summit 2025** ha reunido a representantes de ciudades como París, Viena, Turín o Dublín para presentar sus estrategias de branding turístico y digitalización

**El alcalde de la ciudad coreana de Yongin destaca el valor del turismo experiencial europeo y el potencial de la digitalización coreana como modelo global**

Madrid, 23 de octubre de 2025 –. Durante la segunda jornada de [TIS-Tourism Innovation Summit 2025](#), que se celebra hasta mañana viernes 24 de octubre en Sevilla, representantes de importantes ciudades europeas y de Corea, país invitado de esta sexta edición, han explorado las nuevas estrategias de branding y digitalización que están redefiniendo el turismo global.

Así, los expertos en branding turístico han desgranado cómo están adaptando sus estrategias de marca para reflejar los nuevos valores de los viajeros, las expectativas de los residentes y los retos de visibilidad global. **Nicolas Baudy**, Digital & Technologies Director de Parisjetaime, ha puesto el foco en la importancia de perfeccionar la marca en dos dimensiones: el impacto económico y la mejora de la experiencia de los visitantes. *“Tenemos que invertir en herramientas y contenidos. París seguirá siendo siempre lo que todos conocemos, pero hay otras dimensiones que queremos explorar, como la sostenibilidad, por ejemplo. Todo ello siendo conscientes de que hay una brecha entre las acciones y la planificación, así como entre lo digital y la vida real”*.

Asimismo, **Catharina Riess**, Director Media House de Vienna Tourism Office, ha apuntado que el objetivo es siempre *“ser lo más sinceros posible. Nuestra estrategia siempre está centrada en unos aspectos principales que tenemos muy claros: la responsabilidad ecológica del espacio, la cultura, la música y el arte. Creemos que el branding de la ciudad es una brújula estratégica para comprender cómo comunicar la ciudad no solo a los visitantes, sino también a los residentes”*.

Por su parte, **Nollaig Fahy**, Tourism Innovation Manager en Dublin City Council Culture Company, ha compartido su visión sobre las smart cities y la digitalización y ha explicado que *“no todo es tecnología. También hay que tener una mente provocadora y hacerse muchas preguntas. En nuestro caso contamos con postes eléctricos, así como sensores que nos ayudan a rastrear el flujo de personas. Necesitamos crear nuevas oportunidades para los visitantes, así como para los lugareños, estableciendo algunas actividades fuera del centro, para diversificar las visitas y el flujo de personas. Tomar los datos, analizarlos y encontrar las soluciones adecuadas”*. En este punto también ha coincidido **Marcella Gaspardone**, Executive Manager en Turismo Torino e Provincia, y ha asegurado que *“un destino es inteligente desde diferentes perspectivas, desde la tecnológica, la cultural y la social. El turismo está en constante evolución y cambio y hay que ir adaptándose constantemente”*.

Además de los retos de digitalización y sostenibilidad, el sector también se está enfrentando a un aumento de precios generalizado. En este sentido, **Daniel Santana**, Product Manager en Sevilla City Office, ha explicado *“Sevilla se está convirtiendo en un*

*mercado premium para los hoteles, pero no nos quejamos y tratamos de compensarlo con actividades asequibles, como las Noches Blancas; además de reforzar el turismo rural".* Claro ejemplo de ello es la campaña presentada el pasado verano bajo el claim 'Think You Know Spain? Think Again', la primera campaña turística internacional de Turespaña enfocada a la España interior y al turismo sostenible.

En esta línea, **Leire Bilbao Laredo**, Managing Director en VisitBenidorm, ha comentado que *"el aumento de precios nos afecta a todos, pero si encuentras buenos clientes estoy segura de que siempre te elegirán a ti. En nuestro caso disponemos de datos mensuales de las tarjetas de crédito, de lo que gastan los turistas, de los movimientos que realizan (hoteles, apartamentos...), de las asociaciones hoteleras, etc. Y esas cifras nos indican que no se está produciendo un descenso, aunque sí un perfil cada vez más internacional en detrimento del nacional"*.

### **La experiencia de Corea, en TIS2025**

Corea del Sur ha sido el país invitado de esta sexta edición de TIS, que ha reunido a una importante representación del país asiático. Entre ellos, el alcalde de Yongin, **Sang-il Lee**, quién ha destacado el valor que aportan estos encuentros y las sinergias entre diferentes países: *"Corea puede aprender de Europa el valor del viaje pausado y experiencial. En el continente europeo "viajar significa tomarse el tiempo para descubrir, disfrutar y sumergirse en la cultura local, sin prisas, viviendo cada destino como una experiencia vital"*. En su opinión, esa forma de entender el turismo —más consciente, más humana— puede inspirar a los viajeros coreanos a reconectar con el entorno y con la esencia del propio viaje.

Al mismo tiempo, ha subrayado que *"Europa también tiene mucho que aprender de Corea, especialmente de los jóvenes, que investigan a fondo antes de viajar y aprovechan al máximo las herramientas digitales"*. Para el alcalde de Yongin, el futuro del turismo pasa inevitablemente por la digitalización, y en este terreno *"los jóvenes coreanos son un ejemplo de cómo la tecnología puede integrarse de forma natural en la planificación y disfrute de los viajes, impulsando un turismo más inteligente y conectado"*.

---

**Sobre TIS – Tourism Innovation Summit (22- 24 de octubre 2025, FIBES Sevilla):** [TIS – Tourism Innovation Summit](#) es un foro internacional de innovación, tendencias y reflexión para el sector turístico que ofrece a los directivos y a las empresas del sector conocer las últimas soluciones y productos tecnológicos para mejorar su competitividad. Durante 3 días, TIS reunirá a más de 8.000 profesionales del sector turístico que acuden en busca de las últimas soluciones que les ayuden a impulsar su destino o negocio turístico. Además, más de 400 expertos de todo el mundo compartirán en el congreso Tourism Innovation Global Summit sus estrategias y casos de éxito para impulsar un turismo más inteligente, digital y sostenible.