

Nota de Prensa

FORTALEZAS, RETOS Y OBJETIVOS PARA CONSOLIDAR EL LIDERAZGO DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL

Estudio elaborado por la Mesa del Turismo de España en colaboración con ObservaTUR

Madrid, 29 de febrero de 2024. - Juan Molas, presidente de la Mesa del Turismo de España, y Marcos Franco, socio director de ObservaTUR, han presentado hoy en rueda de prensa el estudio de coyuntura multisegmento “El turismo que viene. Fortalezas, retos y objetivos para consolidar el liderazgo”.

Elaborado por la Mesa del Turismo de España en colaboración con ObservaTUR y con el patrocinio de Aseval Madrid, Caixabank, Iberia y Palladium Hotel Group, este trabajo identifica los retos estructurales y emergentes que el turismo español debe afrontar para preservar su competitividad y proyectarse en el futuro como sector estratégico de la economía española.

Entre las conclusiones que se desprenden de este nuevo estudio de la Mesa del Turismo y ObservaTUR, aparecen varias problemáticas pendientes de encauzar, como son el impacto de la inteligencia artificial, que alcanza tanto a pymes como a multinacionales; la influencia de los grandes grupos financieros, especialmente en la hotelería; las nuevas tendencias en el alojamiento turístico; el reto ineludible de la sostenibilidad, incluyendo las consecuencias derivadas del cambio climático; o la crisis de los recursos humanos, acelerada por la pandemia y que confronta en la actualidad una reevaluación sin precedentes de las expectativas de los trabajadores con una situación de escasez de talento disponible a la hora de cubrir puestos de trabajo en todos los subsectores turísticos.

El estudio destaca igualmente la importancia y urgencia de una adecuación eficaz de las infraestructuras a la intermodalidad y a los nuevos sistemas de movilidad, así como la necesidad de fortalecer la marca España mediante una mayor coordinación público-privada. También apunta a la conveniencia estratégica de establecer un verdadero pacto o política de Estado para transmitir una imagen coherente y consensuada del sector turístico español.

Además, se insiste en demandas sectoriales ya conocidas, como la actualización del programa de turismo social del Imsero, la necesidad de implementar la desestacionalización y diversificación de producto y mercados o el imperativo de dar una respuesta económica a la denominada “España vaciada”.

A nivel de política europea, se considera que la UE debería contar con un órgano turístico específico; mientras, en el plano interno, el sector continúa ambicionando un ministerio exclusivo y una mayor dotación en los Presupuestos Generales del Estado, acorde a su peso y que le permita dejar de ser la “cenicienta” de la economía española.

A lo largo de 150 páginas, el estudio se apoya en abundantes datos de múltiples fuentes, incluidos análisis de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), así como en las opiniones de empresarios, profesionales y expertos de la Mesa del Turismo, para corroborar el cambio exponencial del panorama turístico que se ha producido desde su anterior edición, en febrero de 2022.

En aquel momento, el sector se encontraba "contra las cuerdas", con descensos de actividad dramáticos a consecuencia de la pandemia; sin embargo, tras un 2023 que ha marcado la consolidación de la recuperación, el sector turístico se sitúa en el presente en óptimas condiciones. De este modo, el estudio corrobora la buena marcha de la actividad turística en todos sus subsectores, en algunos de ellos con cifras históricas. También confirma unas expectativas muy favorables para el año 2024, aunque alerta del "exceso de euforia" que domina el clima de opinión.

"Desde una perspectiva objetiva y analítica, hemos abordado en su complejidad transversal la realidad del sector turístico para poner el foco en aquellas cuestiones de las que va a depender que seamos capaces en adelante de conservar el liderazgo internacional y la competitividad. Por eso, este estudio es también un documento de consulta al alcance de empresas, asociaciones y administraciones dispuestas a trabajar para asegurar la generación de riqueza en este país", ha manifestado el presidente de la Mesa de Turismo, Juan Molas.

Por su parte, Marcos Franco, ha destacado que "en este momento era necesario dar voz a los protagonistas del sector para reivindicar con datos y argumentos consolidados que, a pesar de la bonanza, persiste cierta falta de atención real al turismo y que, a la luz de su aportación al bienestar de la sociedad española, éste espera un mayor respaldo al sector privado y reclama más representatividad y participación, con una política turística más transversal y homogénea".

SOBRE LA MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA

Asociación empresarial y profesional creada en 1986 en la que están representados los diferentes sectores turísticos. Entre sus principales objetivos destaca transmitir a la opinión pública y a la sociedad española la valoración real del turismo, apoyándose en la investigación y el análisis científicos de esta actividad. Actualmente integran la Mesa del Turismo de España más de 100 empresarios y profesionales de reconocida trayectoria y prestigio. www.mesadelturismo.org

SOBRE OBSERVATUR

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, Iryo, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

Más información

MUNKA

Agencia de Comunicación & PR de la Mesa del Turismo de España

Mari Cruz Marina | mcmarina@munka.es

Sara Diez | sdiez@munka.es