

JUN.14.096

Un nuevo modelo para la economía del turismo, aún motor de nuestro país

MADRID, 11 de JUNIO de 2014 - LAWYERPRESS

El foro de Grant Thornton reúne a los principales interlocutores del sector en la presentación de “Todo nuevo bajo el sol. La economía del turismo, motor con marca España” publicado por LID Editorial

Grant Thornton celebró, en el Museo Reina Sofía, un foro sobre turismo con motivo de la presentación del libro Todo nuevo bajo el sol. La economía del turismo, motor con marca España, escrito por Marisol Paul. El consejero delegado de Grant Thornton, José María Fernández Ulloa, calificó a la economía del turismo de «motor que ayuda a reactivar la economía y que juega un papel muy importante en el futuro del país y en la construcción de la marca España» y destacó que «el arsenal competitivo de España en turismo abre un inmenso abanico de oportunidades a los protagonistas del sector, que están apostando firmemente por la innovación».



La mesa de debate reunió a **Amancio López Seijas, presidente de Exceltur y de Hotusa**; Ángeles Alarcó, presidenta de Paradores; Francisco Pérez-Lozao, vicepresidente senior New Business de Amadeus IT Group; Javier Fernández Andriano, director de Marketing Internacional y Turismo de El Corte Inglés, y Antonio López de Ávila, presidente de Segittur, Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, quienes debatieron sobre un nuevo modelo, moderados por Ramón Galcerán, socio de Grant Thornton responsable del sector turismo.

Galcerán situó el debate señalando que hay que «reinventar la fórmula del éxito» lo que implica cambios estructurales importantes que llevarán su tiempo. El viejo modelo goza aún de una salud de hierro por lo que para Galcerán lo más operativo sería, por una parte, «subir de categoría al turismo de sol y playa (renovación de destinos maduros, calidad, formación, etc.) y paralelamente poner en marcha un modelo de mayor diversificación y valor añadido».

Para Grant Thornton, las diez claves para ese cambio de modelo están en la promoción; la apertura de nuevos mercados de países emergentes; la diversificación de la oferta; la desestacionalización del sector; la renovación de los destinos maduros, la formación, la internacionalización; la innovación, las nuevas tecnologías y la sostenibilidad. Sobre estos ejes giraron las respuestas de los intervinientes en la mesa.

Este foro de debate sobre las tendencias y retos del sector, sirvió de marco a la presentación del libro *Todo nuevo bajo el sol*, una iniciativa de Grant Thornton, escrito por Marisol Paul y editado por LID, que recoge el testimonio de 25 protagonistas de la economía del turismo en España, como macro sector innovador y potente que está desarrollando un nuevo modelo que, como acreditan las cifras récord de 2013, cosecha ya importantes éxitos. José Manuel Soria, ministro de Industria, Energía y Turismo, y Carlos Espinosa de los Monteros, alto comisionado del Gobierno para la Marca España, han prologado el libro y apoyado la iniciativa.

El libro recoge las experiencias y reflexiones de José Adell (Julià); Ferrán Adrià (El Bulli); Ignacio Aguilera (Transmediterránea); Ángeles Alarcó (Paradores); Rafael Arias Salgado (World Duty Free); Alejandro Aznar (Bodegas Marqués de Riscal); Carlos Bertomeu (Air Nostrum); Manuel Borja-Villel (Museo Reina Sofía); Jorge Cosmen (Alsa); Gabriel Escarrer (Meliá Hotels International); Javier Fernández Andrino (El Corte Inglés); Pedro Fontana (Áreas); Luis Gallego (Iberia); Juan José Hidalgo (Globalia); Cristina Hoyos (Museo del Baile Flamenco); Carlota Mateos e Isabel Mestre (Rusticae); Amancio López Seijas (Hotusa); Luis Maroto (Amadeus, IT Group); Rosa Oriol (Tous); Tomás Osborne (Bodegas Osborne); Javier Pérez-Tenessa (eDreams Odigeo); Javier Reviriego (Golf Valderrama); Joan Roca (El Celler); Kike Sarasola (Room Mate), y Juan Ignacio Vidarte (Museo Guggenheim).

La iniciativa forma parte de la apuesta de Grant Thornton por el turismo español como motor de crecimiento. La firma considera que el turismo es un sector estratégico para la recuperación económica por su efecto locomotora, gracias a las fuertes conexiones verticales y horizontales con otros sectores, y por su contribución a la construcción de la marca España.