



**FORO
INTERNACIONAL
DE TURISMO**

*Roquetas
de Mar*

FORO INTERNACIONAL DE TURISMO ROQUETAS DE MAR

FORO DE EMPRESAS SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN EN TURISMO.

Título: El Turismo que viene. La internacionalización como clave para alcanzar el éxito.

El turismo continúa experimentando un continuo crecimiento, basado en la diversificación constante, que lo ha llevado a convertirse en uno de los sectores económicos más pujantes a nivel mundial. Un motor de progreso que propone nuevos productos, nuevas formas de comercialización, nuevos destinos, nuevas experiencias y un sinfín de avances.

Hoy el turismo, es uno de los principales actores del comercio internacional, su volumen de negocio iguala y hasta supera las cifras de las exportaciones de petróleo, del comercio de alimentos o de la distribución de automóviles. Esto supone el 10 por ciento del PIB mundial y el 7 por ciento de las exportaciones mundiales, además recordemos, que uno de cada diez empleos se encuentra enmarcado dentro de este sector.

Con estas cifras de vértigo, podemos afirmar sin temor a dudas, que estamos ante de uno de los sectores de mayor proyección e interés empresarial.

En un mundo globalizado, en el cual la evolución de las comunicaciones interconecta cualquier parte del planeta, la apuesta por la internacionalización en la oferta de productos y servicios es fundamental. Las nuevas tecnologías plantean un panorama de gran interés, que además evoluciona año tras año en el plano de la implementación del negocio turístico y de su I+D+i.

Este congreso, planteado en clave de análisis, reflexión e implementación de estrategias, tendrá como enfoque principal la atracción y fidelización de un turismo de calidad. Un turismo procedente de mercados internacionales, avalado por la fórmula del éxito sostenible y sostenido en el tiempo, buscando el beneficio de nuestras sociedades y el respeto por nuestros entornos; en resumen, trabajaremos por un turismo de futuro.

PROGRAMA

Miércoles 21 de noviembre de 2.018 – Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce.

09:30.- Recepción de participantes y entrega de acreditaciones.

10:00.- Inauguración (Acto protocolario).

- Diego Martínez Cano, Pte. Cámara de Comercio de Almería.
- Gabriel Amat, Alcalde de Roquetas de Mar y Pte. Diputación de Almería.
- Javier Aureliano García, Vicepte. Diputación de Almería.
- ¿Alfredo Valdivia, Deleg. Prov. Turismo J.A.?
- Héctor Gómez, Dtor. Gral. Turespaña

10:15.- Ponencia ‘Diferenciación Internacional Destino España’ por Héctor Gómez, Dtor. Gral. Turespaña.

11:00.- Pausa Café.

11:30.- Mesa Redonda: Modelos Locales para Turistas Internacionales.

En España podemos presumir de ser líderes en turismo a nivel mundial. Nuestro país lleva décadas en los primeros puestos de un cotizado ranking, porque esta actividad movió durante el año pasado 1.322 millones de viajeros en todo el planeta, un 7 por ciento más que durante el ejercicio anterior. Europa se llevó la palma a la hora de hablar de crecimiento, con un +8% y 671 millones de turistas. El Mediterráneo está de moda, por eso fue la región con mayor crecimiento (+13%).

España ha superado con creces la barrera de los 80 millones de turistas. A lo largo del pasado ejercicio nos visitaron 82,2 millones, que se dejaron 87.000 millones de euros, sobre todo se creció en visitantes extranjeros, casi un 9%.

El nuestro es un destino consolidado, que se reinventa cada temporada para seguir resultando atractivo y mejorar sus cifras. Una de las claves del éxito radica en la variedad de la oferta, según comunidades. A lo largo de los años los diferentes territorios han sabido diferenciar sus principales núcleos turísticos para conservar su trozo de la tarta. Dado que las previsiones para el futuro siguen siendo positivas, según la OMT el turismo crecerá a un ritmo sostenido de entre el 4% y el 5%, queremos sentar en una misma mesa a los responsables turísticos de algunos de los destinos más importantes de nuestro país para que nos cuenten que están haciendo para conquistar el mercado internacional.

Formato: Cuatro participantes con 10 minutos de exposición individual (40 min.) y el resto para debate. Al final habrá un turno de preguntas formuladas por el público.

Participantes:

- Elías Bendodo, Presidente Diputación de Málaga.
- Gloria Corral, Concejal Turismo Ibiza.
- Marta Blanco, Dtora. Gral. de Turismo CA de Madrid.
- Ernesto Gasko, Concejal Turismo de San Sebastián.

13:00.- Ponencia ‘Gastronomía y diferenciación internacional de la Marca España’ por Mariano Palacín, Dtor. Capital Española de la Gastronomía.

El perfil del turista evoluciona a un ritmo vertiginoso. Crece el interés por productos fácilmente accesibles que le aporten experiencias/emociones. En este apartado el turismo gastronómico juega un papel protagonista. A pesar de tratarse de un sector tradicional, ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y a las demandas del cliente y vive ahora un nuevo boom, fortalecido por las modas gourmet y la relevancia que han adquirido los chefs en todo el mundo.

En España 3 millones de turistas se decantaron por el “gastro” a la hora de elegirnos como destino para sus vacaciones el año pasado. Euskadi es un ejemplo en el panorama internacional. En esta comunidad el turismo está creciendo a ritmos del 8 por ciento, teniendo la gastronomía como principal recurso. España en su conjunto ha tomado conciencia sobre la importancia de la cocina y la restauración como un recurso que genera valor por sí mismo.

Coincidiendo con el desarrollo de este foro en la cuna de las frutas y hortalizas frescas de Europa y dada la apuesta que vienen haciendo Almería y toda su provincia por el turismo gastronómico, se abre una magnífica oportunidad para conocer más sobre el futuro de un segmento que seguro nos dejará buen sabor de boca.

14:00.- Cóctel y Final jornada.

Jueves 22 de noviembre de 2.018 – Palacio de Exposiciones y Congresos de Aguadulce.**10:00.- Mesa Redonda: Comercialización Internacional .**

La clave del éxito en toda actividad económica pasa por saber comercializar de la mejor manera los bienes y/o servicios disponibles. Hace ya algunos años que el turismo es algo más que vender habitaciones y billetes de avión. Lo que toca ahora es vender sensaciones positivas. Se trata de hacer al viajero protagonista de experiencias únicas.

El mundo ha cambiado mucho en muy pocos años y la forma en que los ciudadanos organizan y contratan sus vacaciones también. Ahora todo está a mano, dentro de un teléfono móvil, y sólo tienen que hacer unos cuantos clicks para conseguir lo que quieren. Las nuevas tecnologías y la transformación digital no han terminado, siguen evolucionando y con ellas esta actividad.

La publicidad y el marketing de hoy nada tienen que ver con lo que se hacía hace unos pocos años. La irrupción de las redes sociales ha multiplicado exponencialmente la capacidad de influencia del “boca y oreja”.

Todos somos turistas potenciales y ¿todos podemos ofrecer servicios turísticos? La regulación de la actividad profesional es otra de las claves de futuro del sector.

Hablaremos de esto y mucho más con los líderes de la comercialización a nivel mundial.

Formato: Cuatro participantes con 10 minutos de exposición individual (40 min.) y el resto para debate. Al final habrá un turno de preguntas formuladas por el público.

Participantes:

- **Minube.com**
- **Representante Jet2.com**
- **Laura Pérez Martín, Viajes El Corte Inglés.**
- **Senator Hotels and Resort.**

11:15.- Pausa Café.

11:45.- Mesa Redonda: Modelos turísticos de alto poder adquisitivo en España.

La exclusividad y el lujo gozan de buena salud a nivel global. El crecimiento mundial de este segmento fue del 5% durante 2017, superando así el estancamiento de los últimos años. Hablamos de una actividad que mueve más de un billón de euros anuales. A nivel continental, en Europa el aumento ha sido un uno por ciento mayor, superando los registros de Japón, América u Oriente Medio. No obstante el auténtico motor de este impulso es China, que representa el 32% de este mercado. La incorporación de los millenials a este segmento de consumo y la fuerza del canal online, con 23.000 millones de euros (más que todo el mercado japonés), también se encuentran entre las causas del éxito de este turismo reservado para los mejores bolsillos del planeta.

En España las ventas de bienes de lujo también suben y lo hacen por encima de la media europea, generando ya unas ventas de más de 6.000 millones de euros. El turismo y las compras que realizan estos clientes VIP's son la clave del buen momento del sector. Los gustos, las modas y las tendencias han cambiado. Ya no basta con un logo atractivo y una buena campaña de

publicidad, ahora se buscan experiencias diferentes, que aporten sensaciones únicas que están al alcance de unos pocos elegidos.

En Andalucía, Marbella se ha consolidado como la capital del lujo de nuestro país, con una facturación superior a los 1.500 millones de euros en bienes y servicios de alta gama. Además, España cuenta con algunas de las mejores urbanizaciones y establecimientos, convirtiendo a nuestro destino en uno de los preferidos por multimillonarios de todo el planeta.

Ahora que las previsiones son optimistas, apuntando a crecimientos continuados al 5% durante los próximos 3 años en el segmento del lujo, es un buen momento para conocer más sobre las demandas de los clientes y la oferta de las empresas, aprovechando la celebración de este congreso en uno de los enclaves con más posibilidades de desarrollo del sur de Europa.

Formato: Tres participantes con 15 minutos de exposición individual (45 min.) y el resto para debate. Al final habrá un turno de preguntas formuladas por el público.

Participan:

- Laura de Arce, Director Turismo de Marbella.
- Cristina Martín, Presidenta Luxury Spain.
- Virginia Irurita, Made for Spain and Portugal.

13:00.- Mesa Redonda ‘El mar recurso infinito para atraer turistas internacionales’.

El mar (las playas), junto con el sol, han sido y continúan siendo los principales atractivos turísticos en este país, sobre todo durante el verano. Pero el turismo lleva inmerso décadas en una evolución, en la búsqueda de alicientes más allá del sol y la playa, que ha motivado el despegue de otras alternativas. Aun así, el mar sigue siendo uno de los principales recursos: náutica recreativa, submarinismo, deportes acuáticos, educación ambiental y un largo etcétera. La multiplicidad de usos, que compiten por un recurso limitado y amenazado, convierten en imprescindible la planificación y la gestión para minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios que aporta este recurso.

Coincidiendo con la celebración de este foro en un enclave en el que el agua nunca ha sido abundante y se ha echado mano del ingenio y la innovación para superar la escasez, queremos abordar un tema vital para el desarrollo turístico futuro en todo el planeta. Mares y océanos constituyen uno de los recursos más preciados de nuestro planeta, fundamental desde un punto de vista ambiental, económico y social. Porque el turismo tiene que seguir aprovechando este recurso que no es infinito, pero de una forma cada vez más ordenada y sostenible.

Formato: Tres participantes con 15 minutos de exposición individual (45 min.) y el resto para debate. Al final habrá un turno de preguntas formuladas por el público.

Participan:

- Eduardo Nogués, Director AVANQUA – Oceanografic Valencia.
- Andrés Martínez, Gerente de Hidralia.
- Fernando Orri, Aquatours.

14:15 .- Clausura y cierre foro.

14:30.- Cóctel de despedida.