

Liderar
Defender
Impulsar
Promover



**Informe
Turismo, Cultura
y Deporte**

FITUR 2022



1. Resumen Ejecutivo

-
- **Palabras clave FITUR2022:** *optimismo; sostenibilidad; digitalización; talento; formación; fondos Next Gen; transformación;*
 - **Palabras clave de CEOE en FITUR2022**, compartiendo las anteriores, pero incorporando: **prudencia; homogeneidad; expectación; solvencia; capital humano; eficiencia; rentabilidad; recuperar para evolucionar.**
-

La propuesta de valor de CEOE en FITUR2022:

1º. Mostrar la fortaleza de CEOE y del Consejo de Turismo, como Organización que, **aglutina a todos los sectores de las redes de valor que configuran la industria turística y** que construye propuestas de valor implementables para alcanzar la triple sostenibilidad del sector:

- unidad de acción en la triple sostenibilidad del modelo – políticas de alto nivel que superan las fronteras sectoriales-
- resiliencia y adaptación de las empresas al cambio – dosis de conocimiento estratégico-
 - Sinergias para la eficiencia, rentabilidad (económica; social; medio ambiental)
- optimización de la colaboración privada -privada | colaboración privada – publica

2º. Plantear las **propuestas para la recuperación**. Sin recuperación la industria no puede avanzar en la “añorada” transformación. Para alcanzar la recuperación **proponemos:**

Con relación a la oferta:

- **Mantener, al menos durante 2022, los estímulos fiscales desarrollados durante la pandemia: MORATORIAS HIPOTECARIAS; ERTES; MORATORIAS EN LA DEVOLUCIÓN DE LOS ERTES; AGILIDAD EN LA ASIGNACION DE LOS FONDOS DE RESCATE SEPI (grandes empresas), COFIDES (pequeñas y medianas).**
- **Frenar y diluir las nuevas cargas “administrativas-fiscales” de las empresas:**
 - ✓ **marco fiscal regenerativo**, el músculo de las empresas debe recuperarse antes de hacer frente a nuevas obligaciones. Trabajar con la industria el impacto económico de cada una de las medidas que se plantean en este nuevo año 2022.
 - tener en consideración **el libro blanco fiscal presentado por CEOE** [[enlace](#)] con el objetivo de alcanzar un sistema fiscal eficiente y competitivo que asegure la prosperidad. El documento, elaborado por 60 expertos, **no** aboga por subir **impuestos** e incluso avanza que un aumento de la presión fiscal de 3 puntos podría suponer **una pérdida de renta de alrededor de 5 puntos de PIB y la destrucción de un millón de empleos a medio y largo plazo.**
 - i. esa situación tendrá una especial trascendencia para el sector turístico
- medidas contempladas en el **informe** como:
 - i. reducir las cotizaciones sociales empresariales, según las recomendaciones de la Unión Europea deberían ser puestas en marcha para el sector turístico. En cifras, las

- ii. empresas españolas tienen un tipo de cotización del 31,13%, frente a la media europea del 22,2%.
- iii. no configurar nuevos hechos imposables a los otros impuestos vigentes, con el fin último de evitar supuestos de doble imposición. Es decir, pide respetar siempre el marco tributario preexistente en el establecimiento de impuestos medioambientales, además de no tener como principal finalidad la recaudación, sino siempre reducir las prácticas contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente cuando se pueda probar.

deberían ser de inmediata aplicación

- ✓ **plan económico específico para el sector turístico** que no podrá recuperarse aportando el empuje necesario a la economía en un entorno económico difícil con la subida de los precios del petróleo, el aumento de la inflación, la posible subida de los tipos de interés, los elevados volúmenes de deuda y la continua interrupción de las cadenas de suministro. Todo ello agravado con la situación geopolítica actual que obliga a España a trabajar de forma proactiva en la Unión Europea para liderar este plan.
- ✓ generar un **clima de confianza** en la toma de decisiones para viajar **mediante la estabilidad normativa, un margo jurídico, seguro, estable y homogéneo dentro de España y a nivel de toda la Unión Europea**. Apelamos de nuevo a la diplomacia interior – dentro de España- y exterior para conseguir que la homogeneización y simplificación de los controles sanitarios y restricciones a la

movilidad. Son numerosos los estudios que ya avalan que la restricción de los viajes y el correspondiente cierre de fronteras no impide la transmisión del virus. La extensión de la vacunación, la utilización de los nuevos fármacos preventivos (tratamiento endémico de la pandemia) y el control individualizado son medidas más eficaces para evitar el colapso de las capacidades sanitarias. Estas medidas redundarán en la mejor planificación de la producción de las empresas, la vuelta a la normalidad en el empleo y la puesta en marcha de los planes de reconversión/transformación para abrazar la era post pandemia.

Con relación a la demanda:

- **Desarrollar de forma eficaz del plan de marketing de Turespaña con participación de todos los sectores que dialogan con el cliente.**
 - España país seguro
 - Las empresas como impulsoras de una experiencia turística segura
- **Mejorar la accesibilidad de los destinos: Conectividad e intermodalidad – visión sistémica del transporte con el turismo en el centro de las políticas de movilidad**
- Optimizar la **gobernanza, la dispersión de competencias debe ser cuestionada e impulsada para que la experiencia del cliente en**

España sea única y satisfactoria. Eso exige mayor coordinación publica- publica.

3º. Reivindicar el papel del turismo clave en la reactivación económica

esperada con la asignación de los **fondos NEXT GEN**. Esto implica:

- **Simplicidad** a la hora de poner a disposición de las empresas los fondos:

- ✓ Turismo un sector de PYMES que requiere plazos generosos para poder abordar la presentación de proyectos
- ✓ Menos cofinanciación y más subvención – promover la recuperación para alcanzar la transformación

- **Reforzamiento de las estructuras de gestión del sector público:**

- ✓ Monitorización y vigilancia del papel a desempeñar por las CCAA y EELL
- ✓ El paso a la colaboración privada pública.
- ✓ Implicación del sector financiero

- **Proyectos adaptados a la realidad y a las fases de evolución que el sector necesita:**

- ✓ Acercar las agendas empresariales a las agendas políticas para alcanzar la doble transición doble y digital
- ✓ Generar mecanismos que faciliten la implementación de las estrategias de desarrollo de la doble transición digital y verde en las PYMES

- ✓ Unidad de acción política/administrativa, la descentralización de competencias perjudica la competitividad de destinos y empresas
- ✓ Pasar de la colaboración público-privada-publica al trabajo y conjunto y medición corresponsable del cumplimiento de objetivos
- **Adecuación del capital humano. La competitividad del sector turístico está directamente relacionada con las capacidades de su mano de obra eso implica:**
 - ✓ Los **planes de formación**
 1. deben adaptarse a las necesidades reales de las empresas – capacidades transversales, horizontales y verticales-
 2. deben ser **universales**, todas las empresas del sector deben poder acceder a esa **capacitación de los recursos humanos**
 - ✓ La formación además de mejorar las habilidades *hard* y *soft* debe ir encaminada a **la regeneración de la imagen de la industria**
 - ✓ Desde CEOE apoyamos el **#PactforSkills** [[enlace](#)] y su desarrollo [[enlace](#)] impulsado desde la HOTREC donde participan las organizaciones del CT de CEOE.
- **Las reformas que acompañan a las inversiones de los fondos next-gen** no deben plantearse “contra las empresas”, todas ellas

deben aportar las capacidades competitivas que permitan implementar los aprendizajes de la crisis: eficiencia, flexibilidad, agilidad, productividad, triple sostenibilidad. Proponemos para ello:

- ✓ Crear grupos de trabajo temáticos para
 1. Trabajar la implementación en las empresas ligadas a la asignación de los fondos de tal forma que podamos generar un círculo eficiente normativo-estratégico.
 2. Evaluar el impacto sobre la triple sostenibilidad de la aplicación de cada uno de ellos

4º. Vincular la estrategia nacional de turismo (plan de sostenibilidad turística 2030) al triple vértice de la productividad:

reformas realizadas y necesarias; inversiones públicas y privadas- proyectadas y por realizar-; externalidades para las empresas en el desarrollo de la actividad y externalidades frente a la sociedad.

- Realizar un plan regenerativo de la industria que parta desde las empresas – trabajadores y empresarios – hacía lo público (de abajo arriba)

El programa de CEOE en FITUR2022:

- 1º. |20220105|** Con anticipación al inicio de la feria CEOE presento el **Informe de seguimiento de los fondos Next Generation EU en España - Primer informe** donde, además de realizar un monitoreo exhaustivo de la evolución en la asignación de los fondos, desarrollar una comparativa con lo que está sucediendo en otros países de nuestro entorno, se señalaban **las recomendaciones que la Organización tenía para mejorar la efectividad de los fondos europeos**. Dicho informe a pesar de no tener un contenido exclusivo del ámbito turístico sí que lo enmarcamos en la actividad de FITUR como preámbulo a las recomendaciones y propuestas que a lo largo de la celebración de la feria se han mantenido. El informe puede ser consultado en el siguiente [enlace](#). Resaltar que el próximo informe (marzo 2022) contará con un anexo específico de la industria turística (indicadores de seguimiento tangibles e intangibles; recomendaciones para la eficiencia en la aplicación de los fondos del sector).
- 2º. |20220117|** El lunes 17 de enero, dos días antes de la inauguración oficial de la feria, el presidente de CEOE don Antonio Garamendi participo en el **Foro Hotusa Explora** donde expuso las prioridades que desde el Consejo de Turismo se marcan para el año 2022. Toda la información sobre el foro puede ser consultada [aquí](#) y el video de la sesión en la que participo el presidente de CEOE se puede visualizar en este [enlace](#).
- 3º. |20220118|** El martes 18 de enero día previo a la inauguración de la feria fue en el periódico el País donde se publicó una **tribuna del presidente de**

CEOE bajo el título ***Turismo, el año de la recuperación*** exponiendo las claves y retos del sector turístico para mejorar su competitividad. Se puede consultar dicha tribuna en este [enlace](#).

4º. |2022018| Ese mismo martes 18 el presidente y la directora del departamento de turismo, cultura y deporte junto con otros miembros del Consejo participaron en el **FORO EXCELTUR, *repensando el turismo post COVID, nuevos desafíos nuevas miradas***. Todos los detalles del foro los pueden consultar [aquí](#). Las conclusiones y videos del foro estarán próximamente disponibles en el siguiente [enlace](#).

5º. |20220119| miércoles 19 de enero, fecha de la inauguración de FITUR2022, en **CEOE se celebra el Comité Ejecutivo y la Junta directiva correspondiente al mes de enero**. El equipo de turismo, cultura y deporte se incorpora a la feria a las 14h para participar como moderadores en el workshop **del grupo de trabajo del espacio de datos de turismo del hub español de Gaia-X**.

El **propósito** del GdT era la realización de 3 actividades principales de diciembre 2021 a febrero de 2022:

- La redacción de un cuestionario, enviado al ecosistema y con plazo de recogida de información hasta el 31 de enero de 2022
- La realización del primer workshop en el marco de la Feria FITUR, que tuvo lugar el 18 de enero
- La redacción de las notas del workshop, que, junto a la información

que se recoja en los cuestionarios podrá dar lugar a un documento base de trabajo para definir los siguientes pasos y actividades para poner en marcha de manera exitosa un espacio de datos de turismo en España.

Para hacerlo posible, se consensuan los **siguientes pasos:**

- definición del entorno y requisitos tecnológicos y no tecnológicos
- definición y aprobación de una gobernanza real entre todos los actores
- generar una red de colaboración, con sinergias específicas con otros espacios de datos

Conclusiones del workshop:

- 1-** El HUB (Turismo) nacional busca sinergias con asociaciones y grupos turísticos para:
 - a.** La integración de los datos,
 - b.** Preservar la calidad del dato
 - c.** Optimizar la cadena de valor del dato
- 2-** Puntos SOFT de la gobernanza de datos: Privacidad (preocupación del usuario), mantener ventajas competitivas (preocupación de las empresas), crear modelo de recompensa adecuado.
- 3-** Debe haber un consenso y unificación. Tiene existir un consenso de lo que se busca. La administración cumple un papel de apoyo y preparación al tejido empresarial en materia de formación tecnológica.

4-Puntos clave:

- a. Gaia X no se debe analizar de manera aislada, hay otras iniciativas, y debe ser abierto.
- b. La dinámica no debe ser solo para mejorar las ventas, o ingresos sino para generar valor para problemas existente.
- c. En sus iniciativas han visto que lo necesario es hacer un espacio de confianza, desde el inicio donde los agentes pierdan el miedo. Esa parte se empieza a ver que es más dinámica.

5- Las prioridades expuestas

- a. Abandonar la vista del turismo únicamente sobre el destino.
Que se analice todo, destino empresas y turistas
- b. Ser capaz de generar oportunidades para el sector privado.

6- Dos grandes ejes para trabajar:

- a. mejorar las capacidades de marketing y promoción (se licitarán varias herramientas para usar los datos)
- b. interacción, generar modelos de datos, identificar fuentes granulares.

Los siguientes pasos:

- 1. trabajar en definir las reglas del juego del espacio de datos de turismo. No partiendo desde cero, sino de iniciativas que ya se

hayan puesto en marcha, evitando solapamientos y asegurando que se trabaja conjuntamente. Dentro de esas reglas del juego, hay que definir perfectamente los roles de los diferentes actores y su coordinación.

- i. No hay que perder de vista el nivel de segmentación y fragmentación, del sector turístico.
2. gobernanza y tecnología son fundamentales: Importante definir el dato, el nivel del dato, y las condiciones de uso (¿modelo de recompensa tal vez?)
3. aprender de casos de uso existentes y de las lecciones aprendidas. El espacio de datos podría ser también un lugar para crear oportunidades

Palabras clave: Consenso | unificación

6°. [\[20220119\]](#) miércoles 19 de enero, participación junto con otros miembros del Consejo de Turismo, FENEVAL; CEHE; Foro MICE; en el panel: **Definiendo los Nuevos Perfiles para las Nuevas Necesidades**. Las conclusiones extraídas de dicho panel son las siguientes:

- **La adecuación del capital humano del sector es una necesidad imperiosa: puestos vs personas vs capacidades hard y soft.**
- Se debe fomentar el acercamiento de los programas de formación “oficiales” a las necesidades de las empresas. **Las empresas como parte del ecosistema educativo.**

- **La tecnología como medio para conseguir mejorar la productividad de las empresas:** mejora de los ingresos – mejor comunicación con el cliente; nuevos métodos de comercialización; mejor conocimiento del cliente; optimización de espacios-; reducción de costes. Automatización de procesos, optimización de recursos.
- **La doble transición (digital y verde)** no será posible sin la capacitación del capital humano de una industria intensiva en mano de obra.

7º. [20220120] Acto central de digitalización, mesa sobre las convocatorias última milla. Desde CEOE en el transcurso de esa mesa se solicitó:

- a. Simplicidad
- b. Rigor
- c. Agilidad
- d. Adecuación de las convocatorias a las necesidades reales del sector

Todas las reivindicaciones bajo el prisma de que la transformación es posterior a la recuperación.

2. FITUR 2022 EN CIFRAS

- **Se duplica la asistencia profesional respecto a FITUR 2021** con un total de 111.193 asistentes: 81.193 profesionales de 127 países a lo largo de sus tres primeras jornadas profesionales y 30.000 en sus dos días de apertura al público.
- Los **participantes en la convocatoria digital** de su plataforma **LIVEConnect** que se contabilizan en 33.286 registros, según aseguran desde IFEMA
- El **impacto estimado en la economía madrileña** se calcula en aproximadamente de **150 millones de euros**.
- Se han dado cita los **representantes de la OMT, ministros de turismo de 21 países y 4 delegaciones, 7 ministros españoles, presidentes, consejeros de turismo de todas las Comunidades Autónomas y alcaldes de diferentes pueblos y ciudades de nuestro país**.
- La cobertura mediática se ha traducido **la acreditación de 3.981 periodistas de 40 países**, casi el doble que en mayo de 2021
- **El impacto en redes sociales se ha cuantificado en más de 6 millones de impresiones y 90.000 interacciones con los perfiles de la feria, resultado de los 1200 posts publicados en sus canales** para la retransmisión del evento.

○

○

- La feria aglutina actualmente una comunidad superior a los 263 mil seguidores de los cuales más de 8.000 se han sumado esta semana.
- FITUR fue Trending Topic en Twitter dos días consecutivos en España y uno en República Dominicana, País Socio Fitur 2022.
- El alcance digital de la etiqueta #Fitur2022 en todas las plataformas **ha superado los 600 millones de impactos potenciales**, lo que convierte esta edición en la mejor hasta la fecha en redes sociales.

3. LOS FOROS MÁS INTERESANTES DE LA FERIA

FITUR2022

- 1- **Encuentros FITUR**, mesa de recuperación del Turismo, [enlace](#)
- 2- **Women Leading Tourism**, [enlace](#)
- 3- **FiturtechY 2022** – [Enlace](#) web ITH | SOSTENIBILIDAD: el reto de la descarbonización del sector aéreo, [enlace](#) | destino, [enlace](#) | futuro, [enlace](#) | negocio, [enlace](#)
- 4- **Fitur Talent** – [Enlace 1](#) | [Enlace 2](#) |
- 5- **Fitur Cruises**, [enlace](#)
- 6- **Fitur Next**, observatorio Mastercard, [enlace](#)
- 7- **Fitur Lingua**, [enlace](#)
- 8- **Travel Technology Forum**, [enlace](#)
- 9- **OMT**, “Strategies by Tourism Boards”, [enlace](#)

Mas info en la [#ComunidadCEOETurismo](#)