

NOTA DE PRENSA

Durante la inauguración del Tourism Innovation Summit en Sevilla

MARÍA JESÚS ALMAZOR, CEO DE TELEFÓNICA ESPAÑA: “LA DIGITALIZACIÓN AUMENTARÍA ENTRE UN 15 Y UN 25 POR CIENTO LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES TURÍSTICAS”

- Almazor ha instado a poner en marcha un plan de recuperación impulsado por Administraciones, sector privado y habilitadores tecnológicos para las 150.000 empresas del sector
- Actualmente hay un déficit de talento digital en esta industria de más del 15%
- El modelo que impulsa Telefónica es el de un turismo sostenible y ciberseguro que, gracias al uso de los datos en tiempo real, puede mejorar la experiencia del turista y que crea corredores turísticos seguros utilizando herramientas digitales

Madrid, 25 de noviembre de 2020.- María Jesús Almazor, CEO de Telefónica España, ha participado hoy, junto a Su Majestad, la Reina Letizia, y diversas autoridades autonómicas y nacionales en la inauguración del Tourism Innovation Summit (TIS) en Sevilla. Una cumbre que se celebra por primera vez y en la que se debatirá, durante tres días, sobre las nuevas tendencias del turismo de cara al año que viene, en un momento de incertidumbre económica y social provocado por la crisis sanitaria.

“En los últimos años la acumulación de tecnología estaba provocando un nivel de disrupción exponencial, cuyo impacto estaba comenzando a afectar a toda la industria. Y de repente, llegó el Covid, acelerando todavía más esta revolución”, ha señalado María Jesús Almazor al comienzo de su intervención.

El hecho de que en pocas semanas la vida se trasladará del espacio físico al digital, haciendo que la digitalización avanzara en meses lo que hubiera requerido un lustro en condiciones normales, ha supuesto un punto de inflexión en muchos aspectos. Por un lado, se han acelerado tendencias, como el puesto de trabajo digital, que han provocado un cambio de hábitos, como el del teletrabajo, lo que ha propiciado que tecnologías, como la ciberseguridad, hayan cobrado un mayor protagonismo.

Un entorno que nos ha demandado una mayor celeridad en los procesos dejando la puerta abierta al 5G, un estándar que a su vez está impulsando una nueva ola de innovación que, aplicado al sector del turismo, se traduce en que pasemos de hablar del “turismo de visitantes” a hablar del “turismo de experiencias”.

Pero para que esto ocurra es necesario que desarrollemos una industria inteligente que conozca bien a sus clientes y que sea rentable. Y la digitalización de este sector hará que ese futuro que ahora estamos dibujando sea un éxito.

“Somos una potencia como destino turístico y por el liderazgo de nuestras empresas en el sector. Además, contamos con las mejores infraestructuras tecnológicas y de comunicación de toda Europa. Con la digitalización podemos reinventar la industria y acelerar su recuperación” ha añadido la CEO de Telefónica España.

A medio plazo, la transformación digital se posiciona como el elemento clave que ayude a salir de esta crisis de la mejor forma posible, pero para ello, es fundamental priorizar un plan de recuperación de las pymes españolas que acelere su digitalización, incrementando su competitividad: “En este proyecto, clave para la economía del país, tienen que estar implicados todos, desde las Administraciones Públicas y el sector privado hasta los habilitadores tecnológicos”, recalca María José Almazor.

La tecnología contribuye a:

- **Que la experiencia del turista sea lo más importante:** el turista quiere estar siempre conectado, y tener servicios digitales que mejoren y faciliten su experiencia en todas las etapas de su viaje: desde la propia selección del destino, hasta la preparación y disfrute del trayecto. Con la tecnología actual, somos capaces de conocer en tiempo real cómo está siendo la experiencia de nuestros clientes y orientar nuestras acciones y servicios para corregir y mejorar esas vivencias.
- **Incrementar los ingresos de las 150.000 empresas que se dedican al turismo en España:** la utilización de soluciones digitales permite, especialmente a las pequeñas empresas, presentar su oferta a un mercado potencial mucho mayor y de forma mucho más atractiva. Ahora las pymes pueden acceder a la nube cloud de Amazon o Microsoft, y con muy poco presupuesto, realizar campañas de marketing segmentadas o muy dirigidas a su cliente en concreto; o vender sus productos más allá de su espacio físico inmediato.
- **Aumentar la productividad:** la digitalización puede aumentar la productividad de las pymes entre un 15 y un 25%. El uso de los datos en tiempo real ayuda a conocer mejor a los turistas y en base a ello mejorar su oferta. La gestión activa de los espacios puede generar nuevos usos que los rentabilicen y creen nuevas experiencias. Las herramientas digitales contribuyen a preservar la salud de los pasajeros ayudando a crear entornos turísticos seguros. Y la utilización de sensores y técnicas de automatización impulsan la sostenibilidad, al preservar el patrimonio histórico y mejorar la calidad de las infraestructuras, entre otras cosas.

La automatización puede ayudar a llegar a donde otros recursos no llegan. El reto está en combinar el factor humano y tecnológico para ofrecer un servicio de atención diferencial. Para ello, es importante impulsar el talento digital. **El 15% de los puestos de trabajo demandados actualmente no se cubren**, por eso es importante capturar este tipo de habilidades para el sector y formar a los equipos actuales para obtener las capacidades digitales necesarias para el futuro, a través de programas de *reskilling*, como estamos haciendo en Telefónica.