

El sector hotelier d'Andalusia aposta pel turisme de qualitat segons l'informe presentat per ESADECREAPOLIS i CaixaBank

- **Segons l'estudi, l'oferta turística andalusa compatibilitza la biodiversitat amb el sol i platja i les ciutats monumentals**
- **L'augment dels costos laborals i l'abaratiment de preus són els factors que més preocupen el sector a Andalusia**
- **La indústria turística està entrant en una etapa de consolidació dels seus bons registres i la despesa diària per turista s'està incrementant a un ritme del 2,8% a la regió**

Sevilla, 15 de novembre de 2019.- CaixaBank i ESADECREAPOLIS han celebrat avui en la seu de la Confederació d'Empresaris d'Andalusia a Sevilla la jornada "Innovació, transformació i excel·lència en el sector del turisme", en la qual s'ha presentat el "Informe d'innovació turística a Andalusia", un estudi en el qual es recullen 151 opinions del sector turístic valencià.

L'acte, en el qual han col·laborat la CEA i l'Associació Hotels de Sevilla i Província, ha estat inaugurat per Manuel Muñoz, secretari general per al de Turisme de la Junta d'Andalusia; Manuel Cornax, president de l'Associació Hotels de Sevilla i Província; Josep F. Valls, catedràtic ESADE, director Aula Internacional Innovació Turística.; i David Rico, director de CaixaBank Hotels&Tourism.

Josep F. Valls, catedràtic del Departament de Màrqueting de ESADE i director de l'informe, ha presentat l'estudi destacant el bon moment que travessa el sector i ha assenyalat que "els hotelers andalusos aposten fortament per la biodiversitat, compatibilitzant-la amb el sol i platja i les ciutats monumentals". Segons aquest estudi, malgrat que la millora del producte i del servei i el desenvolupament de les noves tecnologies són les prioritats dels hotelers andalusos, el sector es sent àmpliament satisfet per complir les expectatives dels turistes.

Un dels punts també destacats de l'estudi és que existeix una preocupació generalitzada en el sector per l'augment dels costos laborals i per la demanda de preus barats, considerant a més que aspectes com el lloguer vacacional no regulat i la massificació són els que més afecten negativament la imatge turística d'Andalusia. No obstant això, l'estudi reflecteix que el sector no veu necessari un canvi de model de negoci.

Per part seva, Javier Ibáñez de Aldecoa, economista de CaixaBank Research, ha destacat en la seva ponència "Entorn turístic d'Andalusia", que "la indústria turística està entrant en una etapa de consolidació dels seus bons registres. Això en un entorn més advers que en anys anteriors, amb una economia global que creixerà a un ritme més moderat i amb un major nivell de competència al Mediterrani després de la moderació de les tensions internes a Turquia, Tunísia i Egipte".

Segons l'informe de CaixaBank Research, el sector està apostant i invertint en una oferta turística de major qualitat. Amb això, la despesa realitzada pels turistes internacionals està augmentant a un ritme sòlid gràcies als guanys de productivitat en el sector. En aquest sentit, la despesa diària per turista està incrementant a un ritme del 5,7% a Espanya i del 2,8% a Andalusia. D'altra banda, el turisme nacional continua sent el gran dinamitzador del sector a la regió.

La jornada, que reafirma el compromís de l'entitat a impulsar la competitivitat del sector turístic entre el seu col·lectiu professional, també ha inclòs una ponència per part de María Fernández, responsable de CaixaBank Hotels&Tourism a Andalusia Occidental, qui ha explicat les tendències en matèria de finançament hotelier i turístic, en un moment en el qual l'evolució cap a un model de més qualitat requereix d'inversió en el sector.

Adaptació a un nou model de client

Després d'aquestes presentacions s'ha creat una taula rodona en la qual s'han analitzat els pilars de l'Empresa Turística Intel·ligent: Economia, Medi ambient i Societat. En ella han intervingut diferents agents del sector turístic, com ho són Manuel Cornax, president de l'Associació Hotels de Sevilla i Província (AHS); Antonio Luque, president de l'Associació Empresarial d'Hostaleria de Sevilla i la seva Província (AEHS); José Carlos Escribano, conseller delegat de Grup ML Hotels; i Diego Hernández, director Hotels & Tourism de CaixaBank, que ha exercit de moderador.

Un espai en el qual s'han abordat diferents temes com la indústria turística a nivell mundial, així com el sector turístic andalús. També hi ha hagut espai per a un dels punts que més preocupa el sector, i és el del canvi i la transformació, sent el client el centre i el motor d'aquest canvi. Tots ha coincidit que el client d'ara, no té res a veure amb el client de fa 20 anys. I és que l'actual n'està més informat, més connectat, molt més exigent i impacient. I sobretot, molt més tecnològic. Per aquí passa la resta del sector turístic, l'adaptació a aquest nou perfil de client i en definitiva, a aquesta nova demanda.

CaixaBank Hotels & Tourism: productes especialitzats per al sector turístic

CaixaBank *Hotels & Tourism* posa a la disposició del mercat hotelier una oferta de productes i serveis diferencials per a ajudar a optimitzar la rendibilitat del seu negoci i a simplificar la seva activitat diària. La incorporació de nous productes i serveis específics

per al mercat hoteler complementa l'especialització en el sector tenint en compte les necessitats dels diferents subsectors: hotels, allotjaments turístics i càmpings.

CaixaBank *Hotels & Tourism*, a més, té una sensibilitat especial amb els projectes que contribueixin a la sostenibilitat mediambiental i a la inclusió social, com per exemple aquells que incorporen millores en eficiència energètica, en gestió de l'aigua o que promoguin la incorporació laboral de persones en risc d'exclusió. En aquest context, CaixaBank destaca per la seva actuació responsable i així li ho reconeixen els principals organismes internacionals. L'índex de sostenibilitat mundial Dow Jones Sustainability Index la situa entre els millors bancs mundials en termes de responsabilitat corporativa.

CaixaBank *Hotels & Tourism* té convenis amb més de 40 federacions i associacions hoteleres, com la Confederació Espanyola d'Hotels i Allotjaments Turístics (CEHAT); i organitza periòdicament trobades amb empresaris referents del sector per tota la geografia espanyola. A més, l'entitat financera és membre de l'Organització Mundial del Turisme, l'organisme de Nacions Unides encarregat de la promoció d'un turisme responsable, sostenible i accessible per a tots. Aquesta afiliació, que va ser aprovada el passat 11 de setembre en la 23a Assemblea General de la OMT celebrada a Sant Petersburg, situa a CaixaBank com el primer banc europeu a convertir-se en membre afiliat d'aquesta organització internacional, la principal de l'àmbit turístic.

Durant els primers sis mesos de l'any, CaixaBank *Hotels & Tourism* ha concedit un total de 1.018 milions d'euros de crèdit al sector hoteler espanyol. Aquesta xifra suposa un creixement del 8% respecte al mateix període de l'any anterior, en el qual el crèdit concedit va ser de 942 milions d'euros, i implica un total de 1.908 operacions dutes a terme per tot el territori espanyol, un 18% més respecte al primer semestre de 2018.

Sobre Esade i Esade Alumni

Fundada en 1958, Esade és una institució acadèmica global, amb campus a Barcelona i Madrid, i present a tot el món a través d'acords de col·laboració amb 185 universitats i escoles de negocis. Cada any, més de 11.000 alumnes participen en els seus cursos, en les tres àrees formatives: Business School, Law School i Executive Education. Esade Alumni, l'associació d'antics alumnes de Esade, compta amb més de 60.000 antics alumnes i disposa d'una xarxa internacional de 72 chapters, amb alumni de fins a 126 nacionalitats, presents en més de cent països. Esade participa també al parc d'innovació empresarial Esade Creapolis, un ecosistema pioner que té com a objectiu inspirar, facilitar i accelerar els processos d'innovació de les empreses que participen en ell. De vocació internacional, ESADE ocupa destacades posicions en els principals rànquings mundials d'escoles de negocis com els del Financial Times, QS, Bloomberg Businessweek o Amèrica Economia. www.esade.edu