

Los Chefs son los nuevos DJ

El VIII Foro Turismo Ibiza ‘Innovación: Clave para la diferenciación y especialización del sector turístico’, que se celebró el 2 de diciembre en la isla con la participación de ponentes de ámbito internacional, ha servido para analizar cómo los avances digitales, la gastronomía o la sostenibilidad son las claves de futuro de este sector

Ibiza Botánico Biotecnológico, como mejor proyecto turístico del año, la Escuela Universitaria de Turismo de Ibiza, como mejor trayectoria en pro del turismo, el empresario Abel Matutes Juan, como mejor profesional del Turismo, y “The Network”, como mejor proyecto formativo turístico, fueron distinguidos el pasado jueves 2 de diciembre con los I Premios Foro Turismo de Ibiza que se celebraron como cierre de la VIII Edición de este encuentro sectorial organizado por Santa Eulària Empresarial y por el Ayuntamiento de Santa Eulària des Riu, y que está considerado uno de los más importantes de España. Un encuentro en el que se abordó en el marco de cuatro mesas redondas cómo los avances digitales, la gastronomía o la sostenibilidad son algunas de las claves de futuro de la principal industria de las islas.

Innovación, especialización y sostenibilidad del sector hotelero: palancas para la diferenciación

El primer panel temático abordado en este Foro, y amparado en el título ‘Innovación, especialización y sostenibilidad del sector hotelero: palancas para la diferenciación’, fue moderado por el director del Periódico Preferente, Juan Mestre. Una mesa redonda que contó con la intervención de Diego Calvo, director ejecutivo de Concept Hotel Group, quien aseguró que “debemos entender que los clientes nos piden algo que más que un lugar donde dormir o desayunar bien, buscan un lugar donde socializar, que sea bonito y donde se diviertan, y si les escuchamos tendremos muchísimas posibilidades de sorprenderles”. Diego Calvo concluyó su intervención destacando que “es importante aprovechar la marca Ibiza y dirigir bien la imagen que queremos que trascienda de nosotros, trabajando de forma conjunta en aras de un turismo de calidad”.

Para Álvaro Carrillo, director ejecutivo del Instituto Tecnológico Hotelero, “lo esencial ahora es saber si queremos estar como en 2019, ofreciendo lo mismo, o si queremos aprovechar esta crisis para recalcular nuestra hoja de ruta y darles a nuestros destinos más valor y calidad”. En destinos como Ibiza, arguyó que “tenemos que apostar por la diferenciación, por la calidad y la experiencia, sin competir por costes”. Para Carrillo “debemos apostar por la digitalización del sector, aprovechándonos de la tecnología existente y escuchando a los clientes para satisfacer sus necesidades”, concluyó.

El último ponente de esta mesa, Juan José Clapés, director del centro de empresas de Ibiza y Formentera de Caixabank, concretó que “los datos económicos que se esperan en Ibiza en 2022 son muy similares a los previos a la crisis” y ha avanzado que la isla se recuperará más deprisa que otros destinos. En este ámbito avanzó que Caixabank ha avalado al sector esta temporada con 2.200 millones de euros y se ha comprometido “a seguir apoyándolo”.

Ibiza destino gastronómico. Caso de éxito

La segunda mesa de la jornada, moderada por el periodista gastronómico Antonio Beneyto, contó con la participación de forma virtual de la directora de la Guía Repsol, María Ritter, quien lanzó un mensaje

de optimismo y de orgullo por el auge del sector gastronómico, valorando el trabajo de los grandes cocineros para su revalorización. “Su papel se ha fortalecido mucho tras la COVID-19 y ha funcionado como un catalizador de la formación del sector”, expuso Ritter para quien “el panorama que viene es un retorno al valor del sector, poniendo en boga el producto y la tradición gastronómicos para un público más exigente que sabe más y que valora una cocina sostenible”.

Por su parte el chef ejecutivo de Grupo Pacha, Pau Barba, valoró durante su intervención que “estamos en un momento muy bonito y que la crisis nos ha servido para reflexionar y para saber cuáles son nuestras prioridades y, sobre todo, qué tipo de turismo queremos”. “La pandemia ha generado un cambio en la percepción del comensal, ya que cada vez es más difícil sorprender a la gente con la comida y esto nos está enseñando las necesidades del cliente”, añadió, por lo que afirmó que es muy importante “saber gestionar bien los recursos”.

Según Jesús Trujillo, CEO & Founder de Face Food Mag, aseveró que “hoy en día, Ibiza se ha posicionado en el mapa gastronómico nacional y la pandemia ha ayudado a acelerar este proceso”. “Hemos logrado máximos históricos en facturación; un indicador muy importante para conocer cómo pueden ser las próximas temporadas”, agregó el experto, quien matizó que hoy “los chefs son los nuevos DJ”. “La gastronomía es campo y su resurgir ha devuelto también a la vida al sector primario”, concluyó Trujillo quien ha recordado que el 63% de los consumidores escogen ya sus alojamientos contemplando las posibilidades gastronómicas de su entorno.

Para Vicent Tur, CEO del restaurante Can Berri Vell, es importante profesionalizar y formar a los equipos, “pero debemos insistir no solo en la cocina sino también en sala, ya que es la imagen que damos al cliente”, expuso. Tur recordó que el sector gastronómico es una “profesión de futuro, pero que tiene que darse una imagen de calidad y no buscar solo facturar para alcanzar el éxito”.

Digitalización del sector turístico, ciberseguridad y RGPD

En la tercera parte de este Foro, amparada en el título ‘Digitalización del sector turístico, ciberseguridad y RGPD’, y moderada por José María Ramón, CEO de Neobookings, se analizaron las ventajas de la digitalización en todos los elementos del sector y las barreras legales de la ciberseguridad. Para Adrián Moreno, experto en ciberseguridad, “es importante que sepamos que cada pocos segundos se produce un ciberataque y que ni empresarios ni usuarios son conscientes del peligro que existe en la red, por lo que es imprescindible que hagamos caso a la ciberseguridad”. En este sentido, el experto ofreció varios consejos, como vigilar la información que tenemos en el móvil y adoptar medidas como el cifrado de los datos, actualizar los antivirus, no pulsar enlaces que desconfiemos y que nos lleguen a través de Whatsapp y el doble factor de autenticación, entre otros.

Elena Davara, de Davara & Davara, recomendó a los usuarios de telefonía móvil “que activen y comprueben la privacidad de sus dispositivos”. En esta línea matizó que “es importante quitar el acceso al micrófono y a la localización y tener mucho cuidado con las aplicaciones que nos descargamos, ya que nuestros datos son el verdadero oro del siglo XXI”. Mientras Laura Davara, el otro 50% de Davara & Davara, agregó que “en el 99% de los casos las empresas que están en redes sociales no hacen bien las cosas” y apuntó que, por ello, y para evitar sanciones, “es importante que se firmen contratos donde se definan los recursos y las herramientas y quién las va a utilizar”. Además, la abogada y experta en ciberseguridad, matizó que “la mayoría de los contenidos tienen

derechos de autor y que el desconocimiento de las normas no nos exime de su cumplimiento, por lo que es imprescindible contar con expertos que las conozcan y apliquen". Por último, para Jaume Balcell, senior director de THR Tourism Industry Advisors, "la transformación digital, con la creación de nuevos modelos de negocios digitalizados, y, de forma paralela, la digitalización del sector, con la aplicación de procesos más eficientes, son los dos caminos para ser más eficaces y generar una comunidad colaborativa en aras de posicionar mejor un destino".

Estrategia y marketing digital: nuevas fórmulas de promoción y comercialización turística

La mesa amparada en este título estuvo moderada por la directora de la Televisió d'Eivissa y Formentera, TEF, Sonia Escribano, y contó con la participación de Miquel Navarro, fundador de Warks, quien aseguró "que la marca Ibiza tiene una proyección orgánica increíble y cada vez salen nuevos modelos de promoción". Respecto a las redes sociales, Patricia Bárcena, especialista en Social Media, insistió en la necesidad de adaptarnos y de formarnos en este campo. "Los contenidos de Ibiza generan 18 millones de publicaciones tagueadas y más de 1.600 millones de visualizaciones en Tiktok", resumió la experta, quien avanzó que "ya se habla del metaverso, previendo que en un futuro quedaremos de forma virtual a través de aplicaciones que usaran nuestra voz y nuestro avatar para poder encontrarnos a través de las redes sociales sin movernos de casa". "Un hecho que, extrapolado al turismo, podría provocar que nos vayamos de vacaciones sin movernos del sofá", vaticinó.

Para Blanca Pérez-Sahuquillo, subdirectora general de marketing exterior del turismo de Tourspain, la evolución de las técnicas de marketing y cómo se han acelerado gracias a la pandemia, "nos deja una visión internacional que posiciona a Ibiza como uno de los lugares turísticos más potentes y con más reconocimiento del mundo, reposicionando a la isla como un destino que ofrece mucho más que sol y playa".

Una mesa de conclusiones, en la que intervinieron los moderadores de cada mesa junto con la presentadora de este Foro, la periodista Montse Monsalve, sirvió para cerrar la edición más internacional de esta consolidada cita con el turismo.

Datos de contacto:

Montse Monsalve de Sebastián
871700415

Nota de prensa publicada en: [Ibiza](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Balears](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>