“El reto del turismo español ya no es atraer más visitantes, sino gestionar mejor su éxito”



Alberto Peris, fundador y director ejecutivo de CESAE Business & Tourism School.

España mantiene su fortaleza turística, pero afronta desafíos que van más allá de las cifras de visitantes. Hablamos con Alberto Peris, fundador y director ejecutivo de CESAE Business & Tourism School, sobre competitividad, tecnología y el futuro de la industria.

Pregunta. España sigue batiendo récords turísticos. ¿Es mérito propio o nos favorece el contexto internacional?
Respuesta. Ambas cosas. Tenemos infraestructuras, conectividad, seguridad y una industria hotelera muy experimentada. Pero también nos favorecen circunstancias internacionales. El error sería pensar que recibir más turistas equivale automáticamente a hacerlo mejor. Debemos generar más valor, mejorar la rentabilidad y repartir mejor los beneficios.

P. Mientras tanto, crece el rechazo al turismo en algunos destinos. ¿Estamos llegando al límite del modelo?
R. En determinados lugares la presión es evidente. Pero España no es una realidad homogénea: hay zonas saturadas en temporada alta y otras con mucho potencial. La cuestión no es solo cuántos turistas llegan, sino dónde y cuándo. Hay que gestionar los flujos y abordar problemas como la vivienda y la convivencia con los residentes. Un destino que pierde calidad de vida termina perdiendo atractivo.

P. Los hoteles han subido precios. ¿Puede España perder competitividad?
R. Sí, si confundimos tarifas altas con rentabilidad. También han aumentado los costes laborales, energéticos y de distribución. El cliente que paga más exige más. Competir por valor requiere inversión, buen servicio y gestión profesional, no limitarse a aprovechar una demanda fuerte.

P. ¿La inteligencia artificial cambiará realmente el negocio hotelero?
R. Ya lo está haciendo. Mejora las previsiones de demanda, la fijación de precios y la eficiencia operativa. También puede cambiar cómo los viajeros descubren y reservan hoteles, reforzando el poder de las plataformas tecnológicas. Por eso es fundamental que los establecimientos fortalezcan sus canales directos y conozcan mejor a sus clientes. La tecnología debe mejorar el negocio sin sustituir el valor del trato humano.

P. El turismo crea empleo, pero faltan profesionales. ¿Qué está fallando?
R. Crear puestos de trabajo no significa necesariamente que estos resulten atractivos. El sector sigue afrontando retos como los horarios exigentes, la estacionalidad y las dificultades de acceso a la vivienda en algunos destinos. Es fundamental que las empresas mejoren las condiciones laborales y ofrezcan oportunidades reales de desarrollo profesional. Asimismo, necesitamos profesionales que combinen conocimientos operativos, capacidad de gestión y competencias digitales. En este contexto, la formación especializada es clave para impulsar el talento y favorecer el crecimiento profesional dentro del sector.

P. Se habla de atraer turismo de calidad. ¿Es una forma de decir turismo de lujo?
R. No necesariamente. Un hotel de tres estrellas puede ofrecer una experiencia excelente y ser muy rentable. La calidad depende del servicio y de cumplir las expectativas. España destaca por su diversidad cultural, gastronómica, rural y natural. Nuestro futuro no pasa por convertir todos los destinos en productos exclusivos, sino por gestionarlos mejor.

> **“Nuestro futuro no pasa por convertir todos los destinos en productos exclusivos, sino por gestionarlos mejor”**

P. ¿Es optimista sobre los próximos años?
R. Sí, pero no podemos pensar que el éxito actual está garantizado. España tiene empresas competitivas y grandes profesionales. La oportunidad es pasar de ser una potencia en número de visitantes a ser una referencia mundial en gestión turística.

Más información
www.cesae.es