



PAUL MATE, MARISOL

Todo nuevo bajo el sol

Lid Editorial Empresarial, 2014

270 págs.

España es la tercera potencia mundial en el ámbito turístico, con más de 60 millones de turistas que visitan el país anualmente. Esta posición supone que el turismo represente en torno al 10% del valor generado en la economía española, al mismo tiempo que genera importantes sinergias al interrelacionarse con otros sectores de actividad. De este modo, pueden identificarse un conjunto de casos de éxito que constituyen importantes referencias en sector turístico nacional e internacional y que, en conjunto, contribuyen a establecer y consolidar la marca España como un referente de turismo de calidad. Por tanto, desde los años 60 hasta nuestros días muchas son las historias de empresas y personas que han triunfado en la economía del turismo nacional, contribuyendo a su expansión internacional y un mayor conocimiento de España en todo el mundo.

Todo nuevo bajo el sol de Marisol Paul (2014) sumerge al lector en la historia del turismo en España a partir de entrevistas con personas que han sido clave en su desarrollo sectorial, por ejemplo, a través de su participación en empresas o instituciones destacadas. El libro se divide en veinticinco historias que incluyen desde empresas de transporte y alojamiento a museos y restaurantes, pasando por entidades de gestión de espacios y de información y reservas, entre otros. Cada una de estas historias cobra vida e introduce al lector en el contexto y experiencias clave que han permitido que cada protagonista se haya erigido como referente de la marca España. Asimismo, se destacan las cifras y los aspectos clave de cada entidad, lo que permite dimensionar su impacto y comprender su importancia para el sector.

La concepción de la obra le confiere una doble aproximación, ya que si bien es susceptible de su lectura como elemento de ocio, la información que ofrece es de un elevado valor didáctico. Así, el libro presenta una gran utilidad tanto para actuales o futuros estudiantes de turismo o gestión empresarial de distintos niveles, que pueden ir desde la educación secundaria a estudios de postgrado, además de ser un elemento de aprendizaje de un alto valor para profesionales del sector. Además, su configuración del texto a modo de histo-

rias permite la división del contenido y su adaptación a sesiones de estudio de caso, metodología muy popular utilizada en escuelas de negocios a lo largo de todo el mundo.

A mi juicio, los casos presentados es posible agruparlos en diez categorías, que se identifican con empresas de transporte, restaurantes, empresas de alojamiento, bodegas, museos, empresas de comercio, empresas de gestión de espacios, agencias de viajes, club de golf y empresas de información. Así, en referencias a las empresas de transporte, la autora analiza el grupo Juliá, destacando que la clave de su éxito ha sido la adaptación a las demandas del mercado, y también la empresa Alsa, dedicada al transporte terrestre que ha absorbido numerosas empresas en el sector generando un proceso de integración horizontal. En cuanto al transporte marítimo, es protagonista la empresa Transmediterránea, que desde 1917 une a las islas con la península, mientras que en transporte aéreo se encuentran Iberia y Air Nostrum, ambas con gran presencia en vuelos nacionales por la geografía española.

Refiriéndose a la restauración, el libro hace su recorrido por dos nombres propios conocidos en todo el mundo, el Buli y el Celler de Can Roca, ambos sustentados en la innovación del servicio ofrecido y que han contribuido al fuerte interés en los últimos años por la cocina.

En lo relativo a empresas de alojamiento, se presentan Paradores de España, destacando su tradición en la oferta española, Meliá, de la que se destaca su gran presencia internacional, apostando por una imagen de calidad, así como Room Mate Hotels, que busca ofrecer sensaciones únicas al viajero. Otras iniciativas hoteleras que se recogen en el libro son Hotusa, con especial presencia en el mercado urbano y centrada en la innovación y en la expansión internacional, y Rusticae, fundada por dos jóvenes emprendedoras que han encontrado un nicho de mercado en el turismo rural de calidad orientado a generar un vínculo emocional con el viajero.

Otro de los aspectos recogidos en la obra es el turismo más específico, como el enoturismo, vocación de las bodegas Marqués de Riscal, o la historia de Osborne, fundada en 1.772. También se recoge la experiencia de un club de golf único en el mundo, como es el caso del Club de Golf de Valderrama, que apuesta por un turismo exclusivo.

Debido a las interrelaciones que existen en el sector, la autora no es ajena a mostrar los casos de las agencias de viajes, entre las que se encuentran Globalia y Edreams, o la información gestionada por Amadeus IT Group, que juegan un papel fundamental en la dinámica sectorial. Al mismo tiempo, también se recogen las empresas de gestión de espacios de esparcimiento, donde en muchas ocasiones los viajeros pasan gran parte de su tiempo, y que es, por ejemplo, World duty free.

Finalmente, una vez en el destino, los turistas realizan diversas actividades. De este modo, entre los sectores beneficiados se encuentra el comercio minorista, del que el libro se hace eco a través de las empresas El Corte Inglés y Tous. También actúa como reclamo turístico la presencia de museos

tan emblemáticos como el Guggenheim y el Reina Sofía, o tan arraigados a la cultura y tradición propia de España como el Museo del Baile Flamenco.

En definitiva, esta obra permite disfrutar de la historia y actores clave en la industria turística nacional con un enfoque didáctico y ameno para cualquier lector. Por su forma de presentar la información, es una lectura agradable y susceptible de utilización en grupos de alumnos reducidos, lo que puede contribuir en aspectos como la generación de ideas o la identificación de buenas prácticas en la economía del turismo. Ello es relevante porque el elevado potencial que presenta la marca España como elemento de motor económico, generan que el sector turístico sea de especial interés para numerosos estudiantes y profesionales de diversas áreas. Este interés demanda recursos formativos adaptados, de fácil lectura y elevado conocimiento. Tal y como se desprende de lo comentado anteriormente, *Todo nuevo bajo el sol* es una obra de un enorme valor que permite cubrir las demandas de información de numerosos agentes.

Rubén Lado Sestayo
Universidade da Coruña