

# CLAVES PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL

Presentación de D. José Luis Zoreda  
Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur

Barcelona , 3 de Abril de 2003

## QUE ES Y CUALES SON LOS OBJETIVOS BASICOS DE EXCELTUR

*Asociación sin animo de lucro formada por 25 de las principales empresas turísticas españolas de todos los subsectores : Transporte , Alojamiento , Distribución ..etc.*

### Objetivos

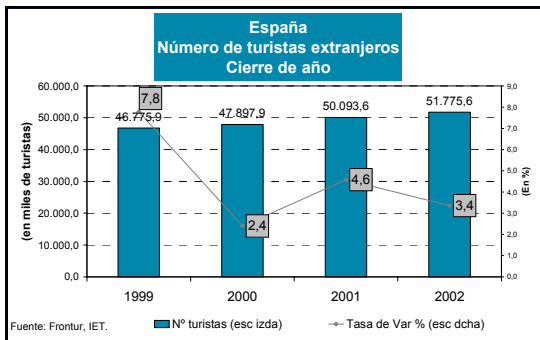
QUE EL TURISMO GANE MAS  
RECONOCIMIENTO E  
INFLUENCIA

ASEGURAR QUE EL TURISMO SIGA SIENDO  
EL PRIMER MOTOR DE LA ECONOMIA  
ESPANOLA

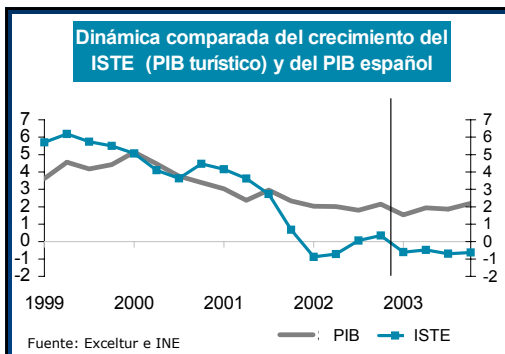
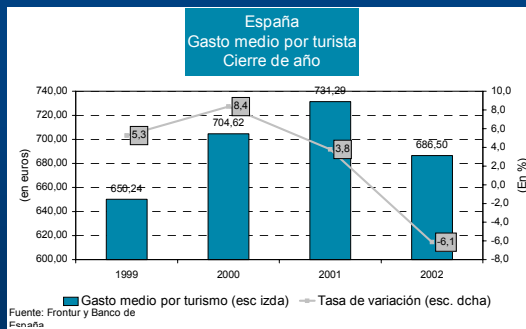
Conocer y medir mejor  
la dinámica del turismo  
y difundir su Impacto  
Economico en España



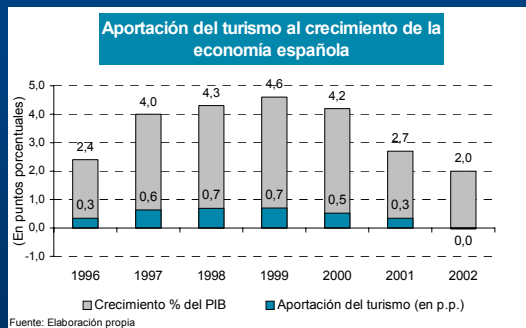
Mejora del Marco de  
Competitividad  
Turística en su  
sentido mas amplio



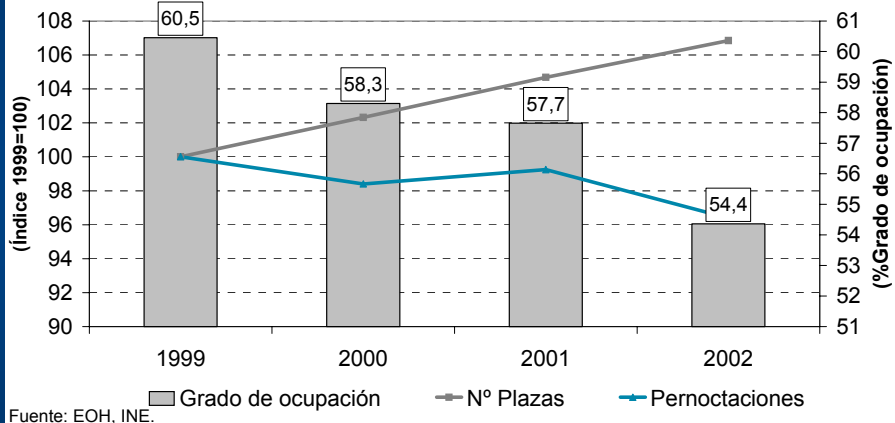
**Rasgos determinantes de la evolución del turismo español en los últimos años**



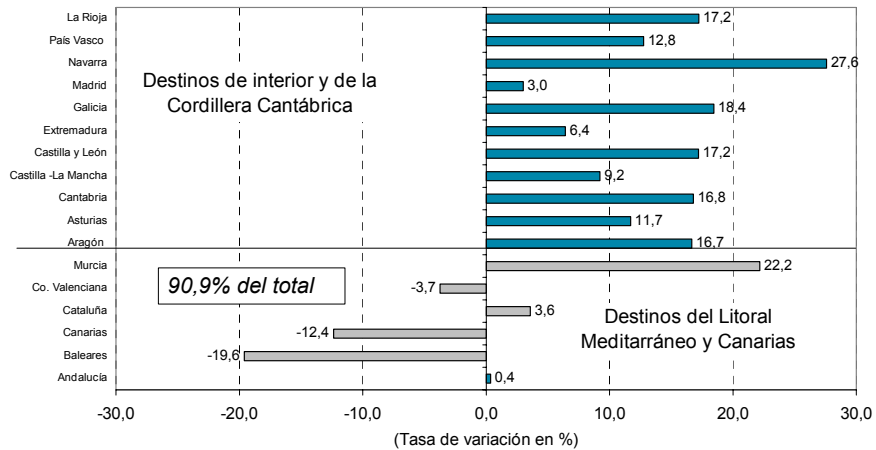
**Evolución de la aportación del turismo al PIB español**



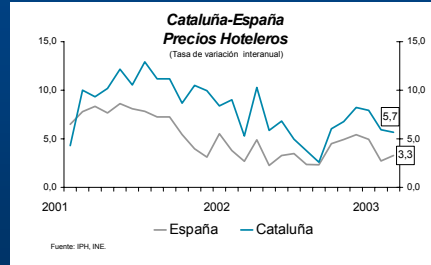
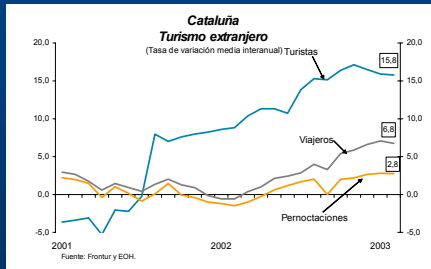
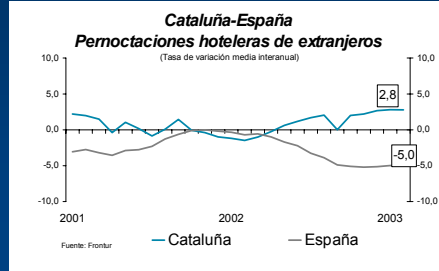
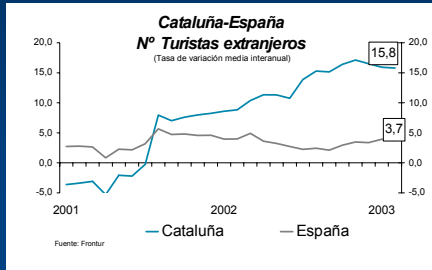
## España Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero Cierre de año



## España Pernoctaciones hoteleras de extranjeros por CC.AA. de destino (1999-2002)



## El comportamiento del turismo en Cataluña



XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio E.S.A.O.C. - Eix de Barcelona

CLAVES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: RECOMENDACIONES DE



La experiencia y nivel de satisfacción del cliente viene determinado por sus diversas interrelaciones entre los múltiples actores públicos y privados a lo largo de la cadena de valor ...



XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio E.S.A.O.C. - Eix de Barcelona

CLAVES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: RECOMENDACIONES DE



## Valorando los distintos factores, internos y externos, que inciden en la competitividad



## 5 grandes conceptos estratégicos

- A. Las actividades turísticas del siglo XXI se sustentan en políticas que priman las relaciones con personas individuales y no con mercados**
- B. Necesidad de avanzar a partir de la calidad en la diferenciación de productos y destinos : Creando continuamente nuevas experiencias**
- C. Adquirir bien singularidad y/o tamaño , reforzando las economías de Escala y sinergias del Sector , bien via especialización o vía concentraciones , alianzas , joint ventures , franquicias ..c.**
- D. Imperiosa necesidad de diversificación de productos , mercados y sobre todo canales : Conocer y acceder mas directamente al consumidor final**
- E. Necesidad de evolución de la cultura del sector : tanto la empresarial como la publica , despolitizando de esta ultima las decisiones mas técnicas de gestión y comercialización**

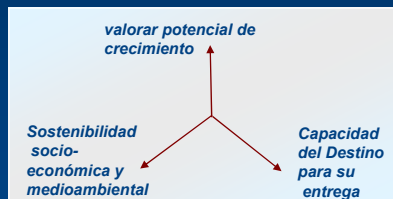
## Recomendaciones en cinco grandes capítulos



## CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON LA GESTIÓN DE LA OFERTA

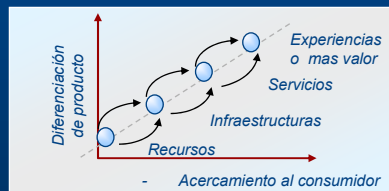
1. Permitir solamente un crecimiento sostenible de la oferta hotelera y residencial  
Asegurando la adecuada dotación de recursos financieros municipales que eviten la sobre construcción

### Crterios de selección para el desarrollo de productos y/o destinos turísticos



2. Avanzar y complementar la filosofía del ICTE con un Plan RENOVE de apoyo a PYMES a varios niveles y con un Plan Piloto en un destino maduro

### Desarrollo de los atributos de un producto y/o destino turístico



## CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON LA GESTIÓN DE LA DEMANDA

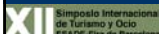
### 3.- Un nuevo sistema de Información ,conocimiento e Inteligencia permanente del Sector Turístico (SIIT)

- Estadísticas mas sincronizadas y ampliadas a todos los subsectores información
- Con inteligencia prospectiva
- Información continua : De mercados y consumidores
- Indicadores de gestión para evaluación de resultados
- Con la participación de las Comunidades Autónomas y Sector Privado

### 4.- Actualizar los enfoques de Marketing / Promoción turística a todos los niveles de las administraciones

- Focalizados y particularizados por tipologías – líneas de producto y mas apoyados en un SIIT
- Que racionalicen y optimicen la convivencia de la diversidad de marcas territoriales y empresariales españolas

### 5.- Políticas decididas de apoyo para la implantación y consolidación de grandes marcas españolas en el exterior



XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio ESATOL, Eilat de Beersheva

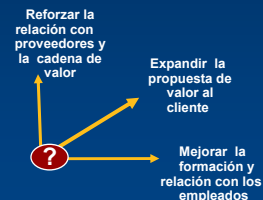
CLAVES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: RECOMENDACIONES DE



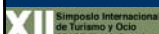
## CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS Y CONDICIONES EMPRESARIALES

### 6.- Plan Marco de Tecnología y de Investigación + Desarrollo + Innovación ( I+D+I ) específico del sector

- a.-Diseñar y apoyar decidida y urgentemente una estrategia general y coordinada de “e-business” del Sector
- b.-Incluir al Turismo como Sector específico y preferencial en el próximo Plan I + D + I del MCYT
- c.- Apoyar la iniciativa piloto actual del Centro de Tecnología Hotelera y extensible a otros sectores:



### 7.- Captar, formar y retener el mejor “talento” para el Sector



XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio ESATOL, Eilat de Beersheva

CLAVES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: RECOMENDACIONES DE



## CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON EL MARCO LEGISLATIVO DEL SECTOR

8. Un gran acuerdo para intentar que sean mas convergentes los diversos marcos legislativos en materia turística, que respetando los aspectos diferenciales de cada autonomía, refuercen la posición competitiva del conjunto del Sector Turístico español:

## CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON EL SISTEMA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS

- 9.- Actualizar e Implantar nuevos modelos organizativos mixtos público-privado que faciliten:

- Una visión global y más amplia
- Una capacidad de gestión o mayor influencia sobre los recursos necesarios
- Unos mayores niveles de compromiso y equilibrio en la toma de decisiones

- 10.- Recuperar la visión transversal del turismo en los máximos niveles de las Administraciones:

- Comisión Interministerial de Turismo
- También a nivel Autonómico

## DECALOGO DE RECOMENDACIONES DE EXCELTUR

1. Promover que se produzca solamente un crecimiento sostenible de la oferta hotelera y residencial: Asegurando adicionalmente la adecuada dotación de recursos financieros municipales que evite la sobre-construcción
2. Avanzar y complementar la filosofía del ICTE con un Plan RENOVE de apoyo a PYMES que incluya un Plan Piloto de alcance integral para reposicionar un destino turístico próximo a su obsolescencia o madurez.
3. Un nuevo sistema nacional de Información ,conocimiento e Inteligencia permanente del Sector Turístico (SIIT) dotado con un mínimo de un 5% del total de gastos de promoción pública que se incurren en toda España.
4. Actualizar los enfoques y estructuras de gestión de Marketing /y Promoción turística a todos los niveles de la administración y sector privado particularizándolos por nuevas líneas y Clubes de productos
5. Propiciar estrategias de branding turístico con Políticas decididas de apoyo para la consolidación y adecuada convivencia de las diversas marcas españolas en el exterior tanto públicas como privadas , sin solaparse ni creando confusión en los mercados .
6. Plan Marco de e-Business , Tecnología y Investigación + Desarrollo + Innovación ( I+D+I ) específico del sector
7. Esfuerzo colectivo del sector por captar, formar y retener el mejor “talento”
8. Gran acuerdo nacional para intentar la mayor convergencia de los diversos marcos legislativos en materia turística, que respetando los aspectos diferenciales de cada autonomía, refuercen la posición más competitiva del conjunto del Sector Turístico español
9. Actualizar e implantar nuevos modelos organizativos mixtos público-privado que faciliten una visión global y más amplia, una capacidad de gestión o mayor influencia sobre los recursos propios y unos mayores niveles de compromiso y equilibrio en la toma de decisiones.
10. Recuperar la visión transversal del turismo en los máximos niveles de las Administraciones.: Tanto en las autonomías como a nivel del Gobierno central como mínimo con una Secretaría de Estado propia.

# Un Gran Pacto Nacional Del Turismo Español

- Con una visión de país a 10 años
- Que reevalúe y actualice la situación competitiva del Sector
- Que oriente una estrategia multidisciplinar mas consensuada

**NO HAY FUTURO SIN INTUICION**

**NO HAY COMPROMISO SIN EMPATIA**

**NO HAY RESULTADOS SIN COOPERACION**

*Copyright : ESADE Business School*

**“La mejor manera de predecir  
nuestro futuro turistico es  
construirlo desde el presente”**

*Muchas gracias por su atención*

*José Luis Zoreda  
Vicepresidente Ejecutivo  
EXCELTUR*