



**Valoración
empresarial
de
la Política
Turística
Autonómica
y Central
durante el
año 2003**

No hay muchos sectores de la economía española donde la participación de las administraciones públicas juegue un papel tan determinante tanto en el devenir de las propias actividades empresariales como en la percepción final por el cliente como ocurre en el turismo.

A la capacidad de ordenar y regular aspectos tan cruciales para la configuración de los destinos turísticos como el ritmo y utilización final del suelo, o para la prestación de servicios empresariales tales como las normas a cumplir por cada establecimiento y su clasificación, se les une el suministro de bienes o la prestación directa de servicios que tienen un efecto directo sobre la experiencia turística, y finalmente sobre la mayor o menor satisfacción disfrutada por el turista durante su estancia en nuestro país.

Factores como la inversión en infraestructuras de diversa naturaleza que faciliten el acceso y/o diferencien a los destinos, el cuidado y protección del entorno y medioambiente, la valorización del patrimonio cultural, la inversión en equipamientos de ocio o negocio, la seguridad, o las estrategias de promoción e información en el destino, son entre otros, aspectos que forman parte de la cadena de valor de los productos y experiencias turísticas que percibe el visitante y, por tanto, del amplio número de retos a los que han de responder unas políticas turísticas, que cada día mas exigen de una gestión público-privada más consensuada y compartida.

Desde Exceltur hemos querido resumir la opinión empresarial sobre la política turística del ejercicio 2003 y las principales conclusiones que se derivan de ella en un momento trascendente para el turismo español, en el que están por definirse tanto las orientaciones de política turística a nivel de la nueva Administración Central, como las de algunas autonomías en las que igualmente se han celebrado elecciones recientes, así como irse afinando y/o corroborando las de aquellas otras, cuyas elecciones se celebraron en el 2003.

Confiamos que este primer estudio comparativo por Comunidades autónomas de la valoración empresarial de las diversas políticas turísticas que les competen sirva como referencia y consolide la convicción de lo determinante que supone que el turismo disfrute del carácter de sector prioritario dentro de los nuevos equipos de gobierno recién constituidos, tal y como así parece derivarse de las primeras aproximaciones del nuevo Gobierno Central del Estado, recuperando un Ministerio de Turismo – aunque compartido – y de las iniciativas asumidas por los gobiernos autonómicos constituidos el pasado año.

Con este fin se presentan individualizados los resultados de una explotación más detallada del módulo de preguntas dedicado a la política turística autonómica y central incluido en la Encuesta trimestral de Clima Turístico Empresarial que lleva realizando Exceltur desde el segundo trimestre del año 2002 y que abarca a múltiples responsables de unidades de negocio

relacionados con diversos subsectores de la actividad turística de toda España¹.

Si bien el objetivo de la Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur ha sido recoger la opinión de los empresarios sobre las principales variables de su actividad –ventas, precios y beneficios, principalmente-, desde su puesta en marcha se consideró igualmente relevante contrastar la valoración empresarial sobre los principales ámbitos de política turística. Sin el ánimo de recoger de forma exhaustiva todos y cada uno de ellos se ha priorizado y venido obteniendo con carácter trimestral la opinión empresarial sobre las siguientes cuestiones:

- Promoción turística
- Inversión en infraestructuras básicas
- Inversión en oferta complementaria (de ocio y/o de diferenciación)
- Protección ambiental
- Seguridad ciudadana
- Fiscalidad
- Normativas propias del sector
- Ordenación urbanística

Para cada uno de ellos se ha contrastado trimestralmente la opinión positiva o negativa de las actuaciones llevadas a cabo tanto por la Administración Central² como por parte de las Administraciones Autonómicas correspondientes, que es donde se concentran la mayor parte de las competencias “turísticas”. Así mismo dado el mayor grado de representatividad de las respuestas por su mayor dispersión territorial y su mayor preocupación por la dinámica de los destinos en los que están localizados se presentan los resultados de la opinión de los empresarios relacionados con los alojamientos hoteleros y las empresas e instituciones de ocio que se pasan a exponer a continuación.

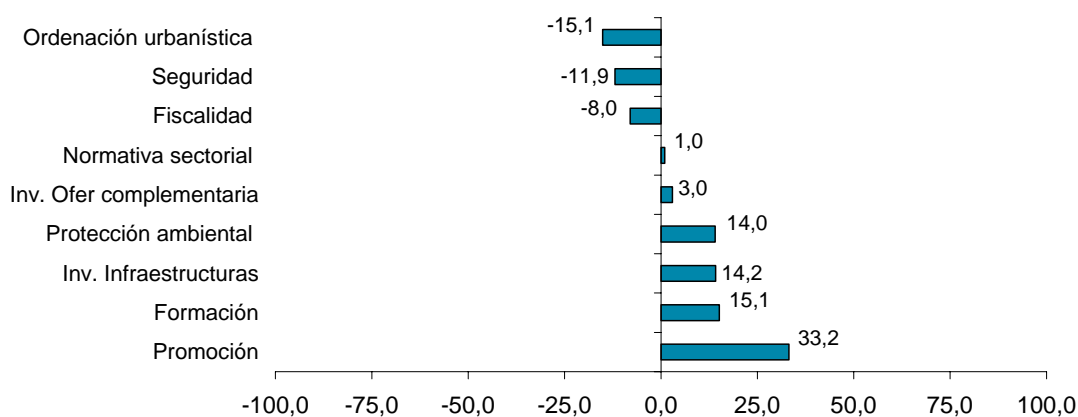
Las principales preocupaciones de los empresarios sobre los ámbitos de política turística en España

La ordenación urbanística y la seguridad, seguidas por la fiscalidad, especialmente vinculado al establecimiento de recargos impositivos a los turistas como en su día fue la ecotasa balear, son las cuestiones que más preocuparon a los empresarios turísticos, manifestando en general una valoración negativa sobre la política pública desarrollada en estos ámbitos por las Administraciones Públicas autonómicas durante el año 2003. No obstante, se aprecia una mejora generalizada sobre dichas actuaciones públicas en esos mismos ámbitos cuando se compara con la opinión predominante el año 2002.

¹ En dicha Encuesta no se recoge, aun siendo conscientes de su importancia, la valoración de la política turística municipal, dada la imposibilidad de obtener información representativa para todos los municipios españoles.

² Se ha contrastado la opinión de todos los ámbitos excepto el de ordenación urbanística que es competencia exclusiva de las administraciones autonómicas y los ayuntamientos.

Opinión empresarial sobre la política turística autonómica (2003)

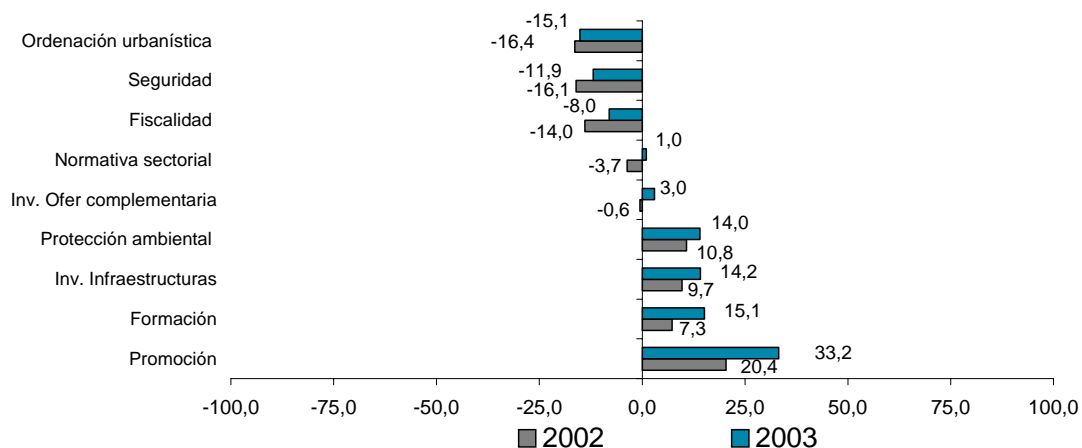


El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur

En el polo opuesto, los esfuerzos inversores de las Comunidades Autónomas destinados a la promoción, la formación, la construcción de infraestructuras y la normativa dirigida a la protección ambiental son en general los valorados más positivamente por los empresarios turísticos.

Opinión empresarial sobre la política turística autonómica (2002-2003)

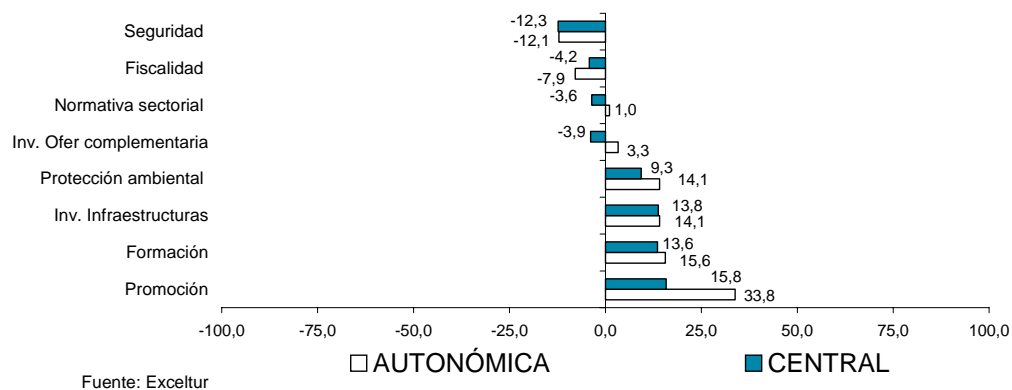


El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial de Exceltur

En general, durante el 2003 la política turística autonómica es mejor valorada que la política turística impulsada por la Administración Central, lo cual es especialmente significativo en el ámbito de las estrategias de promoción y, en menor medida, en formación, protección ambiental e inversión en equipamientos de oferta complementaria.

Comparación entre la opinión empresarial sobre la política turística de la Administración Central y la política turística Autonómica Año 2003



El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

Murcia es la Comunidad Autónoma donde los empresarios tienen una mejor opinión sobre su política turística autonómica

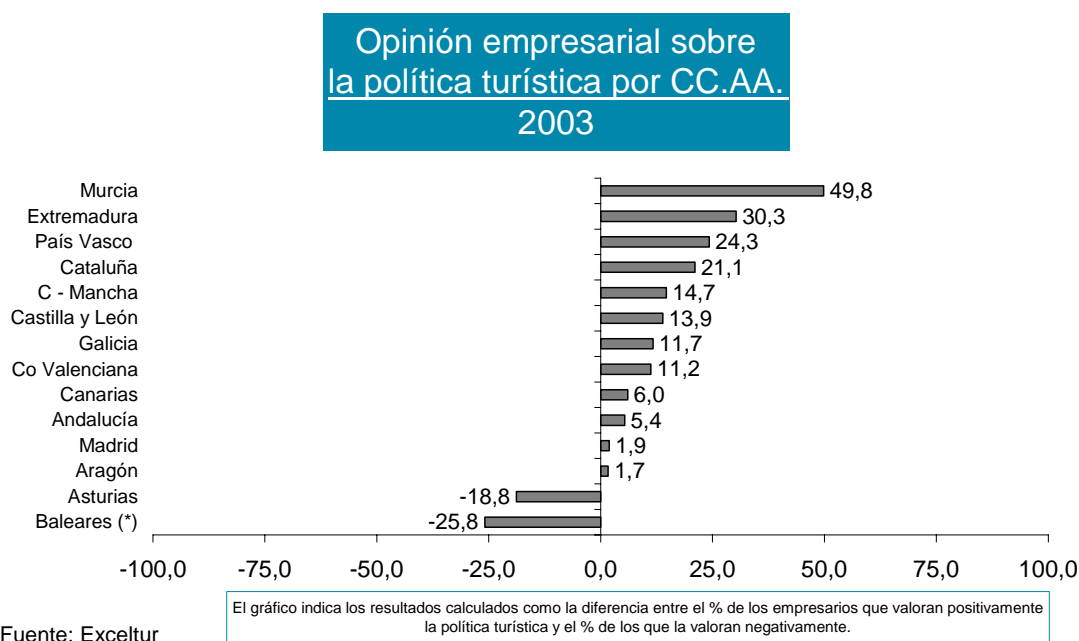
Desde un punto de vista autonómico y con la información relativa a la valoración que cada empresario hace de la política autonómica que afecta al turismo, durante el año 2003 el Gobierno de la Región de Murcia es el que presenta una mejor valoración sobre sus líneas de política turística, con un amplio consenso sobre la adecuada dirección de las iniciativas públicas que afectan al turismo.

Cabe destacar que se identifica una correlación muy directa entre los resultados empresariales y la opinión sobre la política turística autonómica, lo que pudiera estar introduciendo algún sesgo o sobre valoración de la actuación de los gobiernos autonómicos en aquellas Comunidades Autónomas con mayores crecimientos en las ventas y los márgenes empresariales, como es el caso de Murcia, mientras que en los destinos con problemas coyunturales de caídas en los beneficios y atonía en las ventas, la valoración empresarial tiende a ser más negativa.

Tras la región de Murcia se sitúan los gobiernos de regiones que se han incorporado más tarde al desarrollo turístico pero que han reforzado sus estrategias de fomento del turismo como motor del desarrollo económico, especialmente en el medio rural. Este es el caso de Extremadura, el País Vasco, Castilla – La Mancha, Castilla y León y Galicia. Por otro lado, en este mismo grupo se sitúa Cataluña beneficiada por la favorable opinión sobre las políticas de promoción realizadas en coordinación y conjunción con otras administraciones públicas y muy especialmente con el sector privado, así como la Generalitat Valenciana por la apuesta decidida por invertir en infraestructuras y equipamientos de diferenciación y diversificación de productos como el

Museo de las Ciencias y de las Artes, el Parque Terra Mítica o el Recinto Ferial.

En el resto de Comunidades Autónomas, la situación generalizada es la de una valoración equilibrada de las diversas políticas públicas con un porcentaje ligeramente superior de aquellos que perciben positivamente las iniciativas autonómicas que los que las valoran negativamente. En esta situación se encuentran Canarias, Andalucía, Madrid y Aragón.



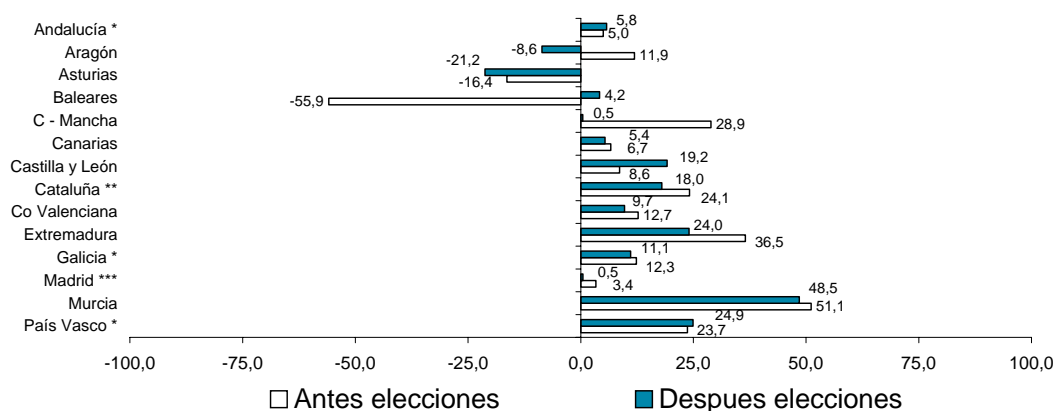
* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

En la situación contraria se sitúa Asturias donde los empresarios valoran negativamente una buena parte de las actuaciones de política turística de su gobierno regional, salvo en el ámbito de la seguridad. Comentario aparte merece el caso de Baleares, donde el giro de política turística autonómica ha supuesto una radical transformación en la percepción empresarial, apoyada por una recuperación del diálogo y mayores expectativas de consenso publico – privado.

Cabe destacar que en Baleares se ha pasado de una diferencia entre el porcentaje de empresarios que valoraba de forma positiva la política turística del Govern Balear y el porcentaje cuya opinión era negativa de -55,9 en la primera mitad del año 2003, elevándose el deterioro frente a los valores de -37,1, con que se cerro el año 2002, hasta un valor ligeramente positivo de 4,2 en los dos últimos trimestre del 2003.

En el resto de Comunidades Autónomas no se perciben grandes cambios de opinión derivados de los resultados de sus elecciones autonómicas, salvo en el caso de Aragón con un importante deterioro de la percepción empresarial, en el mismo sentido que en Castilla – La Mancha, aún y cuando en ambos territorios, no se han producido cambios de color político en sus respectivos gobiernos.

Opinión empresarial sobre la política turística autonómica antes y después de las elecciones de mayo de 2003



Fuente: Exceltur

* No se celebrarán elecciones el 25 de mayo.
 ** Las elecciones se celebraron el 16 de noviembre
 *** Las elecciones se repitieron el 26 de octubre

El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

La ordenación territorial una prioridad

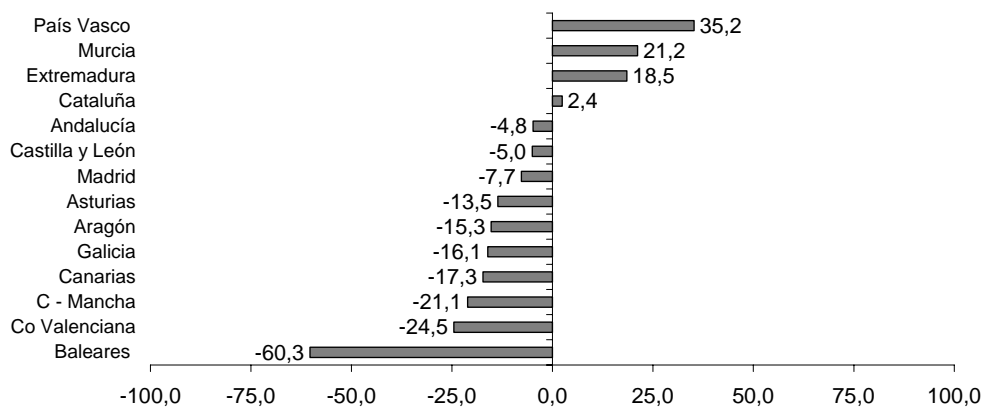
Como antes se ha apuntado, los empresarios estiman que las estrategias y normas de ordenación territorial no se ajustan a las nuevas necesidades que aseguren destinos sostenibles, diferenciados y atractivos para la demanda turística. Para el 36,3% de los empresarios turísticos la opinión sobre la política de ordenación urbanística es negativa, mientras que para un 21,1% es positiva.

Prácticamente todos los gobiernos autonómicos suspenden desde una óptica empresarial en cuanto a las medidas de ordenación territorial que afectan al turismo. Solamente las Comunidades Autónomas del País Vasco, Murcia, Extremadura y Cataluña aprueban en esta rúbrica. Por el contrario las estrategias desarrolladas por los gobiernos de Baleares y la Comunidad Valenciana, esta última con un intenso crecimiento de la oferta residencial, son valoradas en general de forma muy negativa por los empresarios turísticos.

Destaca el caso de Baleares, donde si bien hace años se tomaron las primeras medidas de contención y recalificación del crecimiento de la oferta de alojamiento hotelero, se han mostrado todavía insuficientes para frenar el crecimiento de la oferta residencial acentuando la competencia desleal con los alojamientos reglados e introduciendo a su vez mayor presión sobre la ocupación del territorio, lo que en suma se traduce en una opinión negativa de los empresarios turísticos.

En una situación similar se sitúa Canarias donde la aprobación en el 2003 de sus Directrices de Ordenación General y del Turismo no han modificado todavía la negativa percepción empresarial sobre la política urbanística, identificándose, no obstante, un cambio de tendencia en el último trimestre del año 2003, que habrá que confirmar en el futuro coincidiendo con la aprobación de los correspondientes Planes Territoriales Insulares.

Opinión empresarial sobre la política de ordenación urbanística de las CC.AA. en 2003



Fuente: Exceltur

El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

Detrás de la negativa percepción generalizada de los empresarios convergen un conjunto complejo de factores que se presenta de forma distinta en los diferentes destinos españoles. El primero de ellos es el desorden urbanístico que sigue imperando en los desarrollos alojativos, especialmente en el litoral, que no favorece la creación de un espacio turístico de calidad para el disfrute del ocio y el tiempo libre.

En segundo y más importante se deriva de la velocidad y características de la ocupación del suelo y sus efectos sobre la oferta turística existente y la experiencia turística del visitante. Por un lado, los elevados niveles de construcción de plazas hoteleras en un momento de inflexión de la demanda han provocado una situación de sobre oferta y asimetría con la demanda que puede agravarse en los próximos tres años, si se ponen en el mercado el total de proyectos previstos con licencias de construcción en marcha, tal y como pusieron de manifiesto los dos estudios monográficos elaborados por Exceltur (referentes por un lado a zonas Turísticas y por otro a entornos urbanos...).

Por otro lado, la espiral bajista de precios y rentabilidades turísticas empresariales acaecidas en el 2003 se ha visto agravada como antes se ha descrito por el incremento exponencial de la oferta residencial, que en buena parte termina comercializándose en condiciones poco transparentes, evitando el pago de impuestos (IVA, IRPF o IS) e incumpliendo múltiples normativas (sanitarias, de seguridad) a las que si están sujetas y por contra suponen costes elevados, para aquellos alojamientos reglados con los que compiten.

A su vez este desarrollo urbanístico descontrolado y marcado por el rápido e intenso proceso de construcción de nueva oferta residencial, ha comenzado a provocar en algunos casos, situaciones de congestión por masificación en el destino, superando en algunos casos la capacidad de infraestructuras locales y acogida del territorio y los recursos (agua, playas), con el consecuente deterioro de la calidad percibida tanto por parte del turista como por parte de la población local.

Por último, especialmente en algunos de aquellos destinos pioneros que protagonizaron el despegue turístico español de los años 60 y 70, se les ha unido a la sobre construcción un notable deterioro y obsolescencia tanto del entorno como de muchos de los atractivos y servicios turísticos, que por encontrarse en plena fase de madurez, requieren con urgencia de grandes actuaciones de reconversión integral (Planes RENOVE de Destinos).

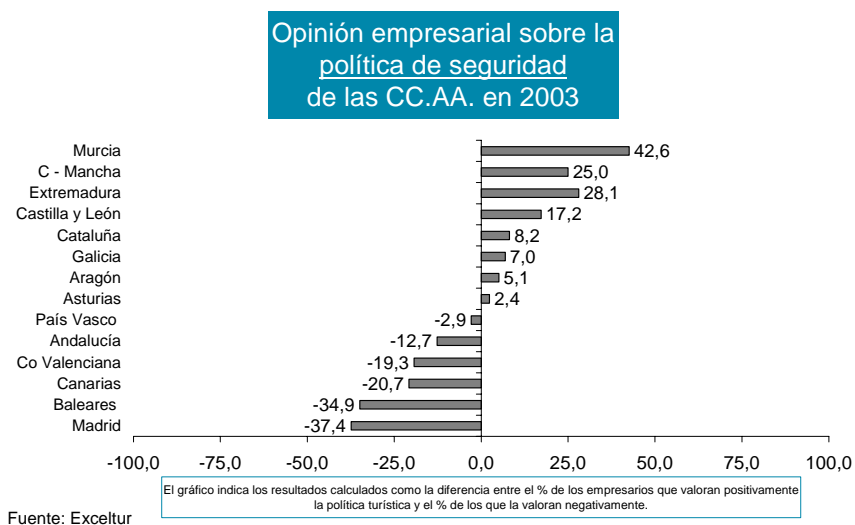
Un buen ejemplo es el anunciado Plan para la recuperación y reposicionamiento de la Playa de Palma en la isla de Mallorca, diseñado por el Govern Balear y respaldado por la Administración Central, al que se hace cada día más urgente dotarle de los suficientes recursos presupuestarios para su ejecución de manera que sirva de Piloto y punto de referencia para otros destinos españoles que se enfrentan a idénticas tendencias de declive.

La seguridad ciudadana en el destino como elemento de diferenciación

Durante el año 2003 la seguridad ha sido la segunda preocupación de los empresarios y el punto sobre el que la valoración de la eficacia de las administraciones públicas era menor. Cabe destacar que la opinión mayoritaria hace referencia a los pequeños hurtos y robos que sufren los turistas durante su estancia en los destinos y que a lo largo del año 2003 la valoración experimentó una leve mejora, desde un saldo en el 2002 de -16,0 entre el porcentaje de respuestas positivas frente a las negativas, a un -12,1 en el 2003.

Las Comunidades donde la opinión de los empresarios sobre la seguridad relacionada con delitos menores es menos favorable son Madrid, Baleares, Canarias, la Comunidad Valenciana y Andalucía.

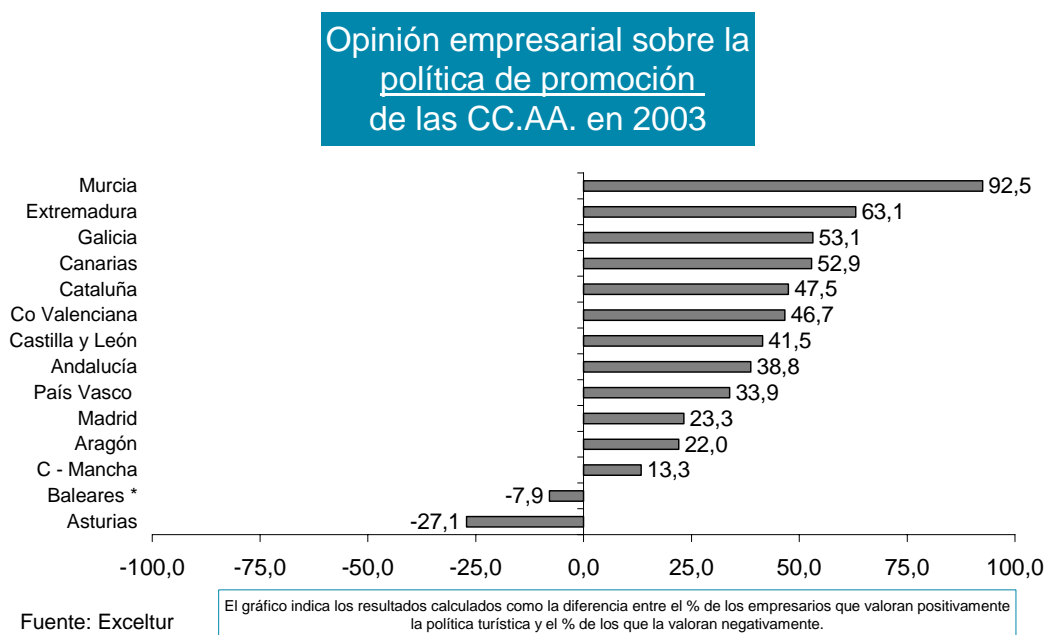
En este punto cabe reseñar que no se recogen las percepciones que pudieran haberse producido tras los tristes acontecimientos sucedidos en Madrid durante el mes de marzo del 2004 cuya índole es de una naturaleza sustancialmente distinta al ámbito de valoración al que se refiere esta encuesta.



Las iniciativas públicas de promoción un compromiso muy bien valorado por los empresarios

El importante esfuerzo financiero dirigido a la promoción turística por parte de las administraciones autonómicas es especialmente bien valorado por los empresarios. Sólo en el caso de Asturias y muy condicionado por una negativa opinión generalizada sobre su política turística, su estrategia no es bien valorada por los empresarios.

Por el contrario en Baleares se aprecia un giro significativo a partir del tercer trimestre del año 2003 derivado del cambio de enfoque de la promoción. Si bien en los dos primeros trimestres del año la diferencia entre el porcentaje de opiniones empresariales positivas y negativas era de -85,1, evidenciando una desaprobación generalizada de la estrategia anterior, en la segunda mitad del año esa diferencia se ha situado en un valor positivo de 69,3, reflejando un trascendental consenso publico-privado a favor de las acciones puestas en marcha desde entonces por los nuevos gestores turísticos.



* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

Una valoración especialmente positiva de las estrategias públicas de promoción se extiende de forma generalizada entre los empresarios de Murcia, Extremadura, Galicia, Canarias, Cataluña, la Comunidad Valenciana, Castilla y León, Andalucía y el País Vasco. En un segundo orden de magnitud se sitúa un grupo donde la opinión empresarial está más dividida y no es tan favorable, formado por Madrid, Aragón y Castilla- La Mancha.

Si bien a tenor de estos resultados parece razonable pensar en una más que aceptable percepción empresarial, hasta el momento la participación real del sector privado en el diseño y gestión de las estrategias y actuaciones de promoción y, en un concepto más amplio en el marketing de los destinos, ha sido muy reducida, identificándose un ámbito donde al igual que ya es habitual en múltiples otros países es necesario avanzar hacia una mayor colaboración y entre sector público y sector privado, entre otros, a través de nuevas organismos que faciliten la cogestión.

De forma sintomática en aquellas regiones y/o ciudades españolas donde se dispone de estructuras de participación público privada en este campo se identifica una mejor opinión empresarial sobre sus resultados. Este es el caso de Galicia a través de Turgalicia, Canarias, y muy especialmente Tenerife a través de la Sociedad de Promoción Económica de Tenerife (SPET), o Cataluña, en donde destaca como mejor ejemplo su ente de promoción: Turisme de Barcelona.

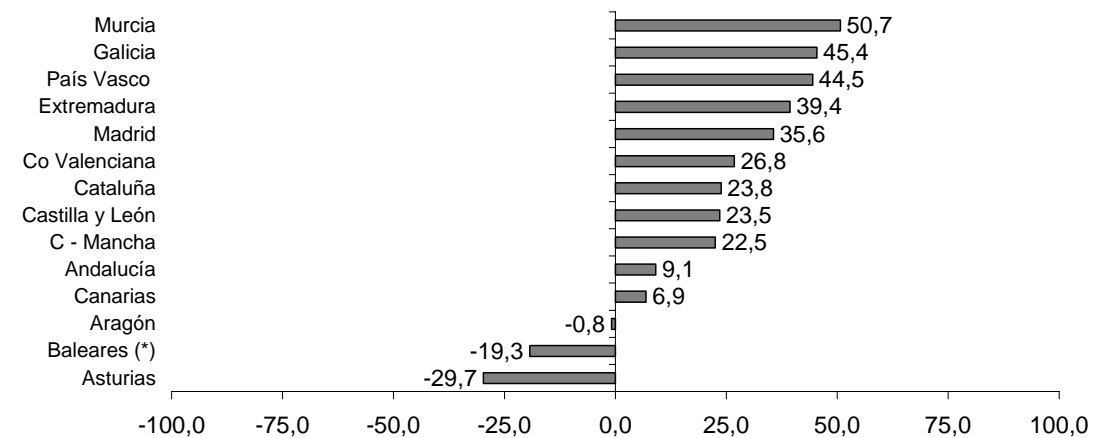
En este sentido muchas son las ventajas de una, más estrecha cooperación público-privada en términos de analizar y focalizar y medir mejor los objetivos a conseguir y los resultados obtenidos, complementar y compartir recursos financieros y humanos, consensuar nuevas estrategias de mejora y comercialización de producto, lograr mayores economías de escala para la puesta en marcha de estrategias de marketing directo “on-line”, etc.

Es por todo ello por lo que se hace cada día mas imprescindible y aconsejable avanzar sustancialmente en la constitución de nuevos organismos de cogestión público-privada desde el propio ámbito de la Administración Central (TURESPAÑA) hasta los niveles municipales, en este trascendental campo de política turística, especialmente en momentos donde rehace mas que nunca necesario armonizar y potenciar los esfuerzos para reforzar la imagen de España y la de sus diversos destinos turísticos.

La dotación de infraestructuras una fortaleza de los destinos españoles

El esfuerzo en inversión en infraestructuras como bienes necesarios para un adecuado desarrollo turístico es otro de los elementos mejor valorados por los empresarios turísticos españoles. La conectividad y accesibilidad de los destinos introducidas por las infraestructuras de comunicación junto con las infraestructuras que garantizan el suministro de bienes y servicios básicos como agua, energía, telecomunicaciones que han dotado a España de una ventaja competitiva frente a otros destinos y ha favorecido a través del aumento de su capacidad la llegada de una cantidad creciente de turistas, disfruta de una valoración muy positiva entre los empresarios españoles.

Opinión empresarial sobre la política de infraestructuras de las CC.AA. en 2003



Fuente: Exceltur

El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

La superación de los problemas de accesibilidad que han generado la inversión en infraestructuras de transporte para destinos como Murcia, Galicia y Extremadura junto con la apuesta decidida de las administraciones autonómicas del País Vasco y Madrid por mejorar su red de infraestructuras viarias y aeroportuarias permite explicar las positivas valoraciones que sobre este aspecto realizan sus empresarios.

Por el contrario, sólo en Asturias y Aragón los empresarios perciben un esfuerzo insuficiente en este ámbito, mientras en Baleares de nuevo se vuelve a percibir un importante cambio de opinión, confirmando el giro que sobre la mayor parte de la política turística balear, se ha producido en general a partir del segundo semestre del 2003.

La inversión en elementos de diferenciación clave para la competitividad turística

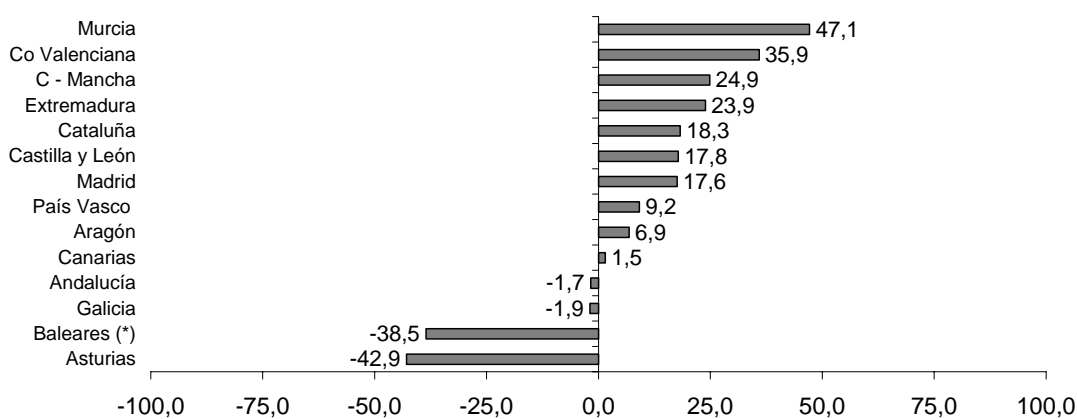
La favorable opinión que sobre la inversión pública en infraestructuras autonómicas de diversa naturaleza que muestran en general los empresarios no se extiende con la misma intensidad al esfuerzo en la inversión y promoción de nuevos elementos que complementen la oferta turística existente, en los diversos destinos españoles, bien para diversificar sus productos o generar más atractivos con capacidad de favorecer el reposicionamiento turístico y con el que atraer nuevos segmentos de demanda.

La transposición en la Comunidad Valenciana de los excelentes ejemplos que en su momento y en otra escala supusieron la estrategia de Barcelona y Bilbao, con una continuada apuesta desde hace años por la inversión en equipamientos culturales y de ocio, tales como: recintos feriales, museos, parques de ocio, es reconocida y valorada de forma muy positiva por los

empresarios. En otro ámbito y asociado al fomento de una oferta de mayor calidad y diferenciación vinculada a la concepción y equipamientos conexos a los nuevos desarrollos residenciales, parece explicar la opinión positiva en este ámbito sobre las iniciativas desarrolladas en Murcia.

Por su parte, los empresarios reconocen positivamente los esfuerzos realizados en Castilla y León, Castilla – La Mancha y Extremadura por poner en mayor valor la oferta turística y el patrimonio cultural en los centros históricos y sus diversos entornos rurales, así como en Madrid y Barcelona por seguir reforzando con nuevos elementos diferenciadores, el atractivo de esas dos ciudades para captar nuevos flujos turísticos de ocio y de negocio.

Opinión empresarial sobre la política de inversión en oferta complementaria de las CC.AA. en 2003



Fuente: Exceltur

El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

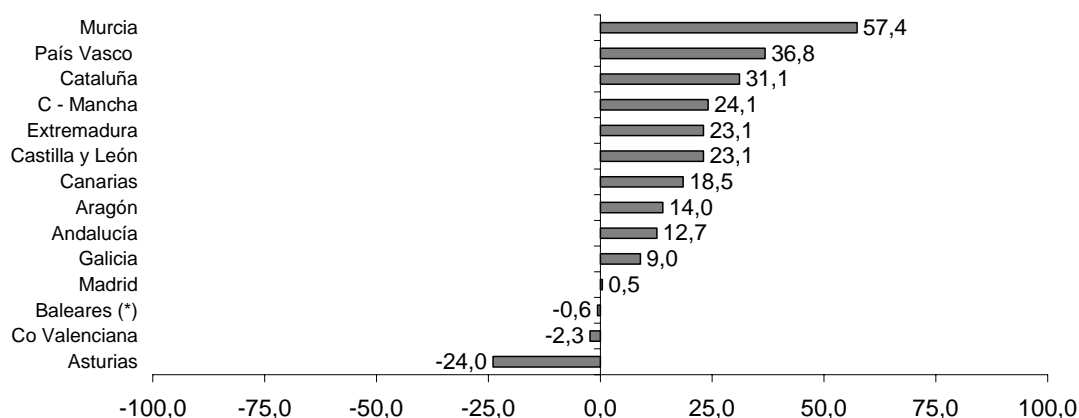
Los empresarios de Canarias, Andalucía, Galicia, Baleares y Asturias consideran por el contrario todavía insuficientes las partidas dedicadas a la inversión en estos elementos diferenciadores que permitan complementar los productos turísticos de sus diversos destinos. En el caso de Baleares, Canarias y en menor medida Andalucía, los empresarios consideran de gran importancia superar su excesiva asociación al recurso Sol y Playa, complementándolo con otros valores y atractivos, especialmente ante una competencia internacional creciente de países emergentes, en los que hay que superar su diferencial de precios, con la incorporación de mayor valor añadido y experiencias al turista.

Una mayor protección del entorno y medioambiente, necesaria para garantizar la sostenibilidad de los destinos

Existe un consenso cada día más generalizado entre los empresarios sobre la importancia de preservar el territorio y los recursos naturales como instrumentos imprescindibles para avanzar hacia un modelo turístico y ambientalmente sostenible a largo plazo.

Desde este punto de vista, el conjunto de estrategias implementadas por las distintas comunidades autónomas para preservar el entorno y el espacio natural son muy bien valoradas por los gestores de empresas y diversas instituciones de ocio encuestados.

Opinión empresarial sobre la política de protección ambiental de las CC.AA. en 2003



Fuente: Exceltur

El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

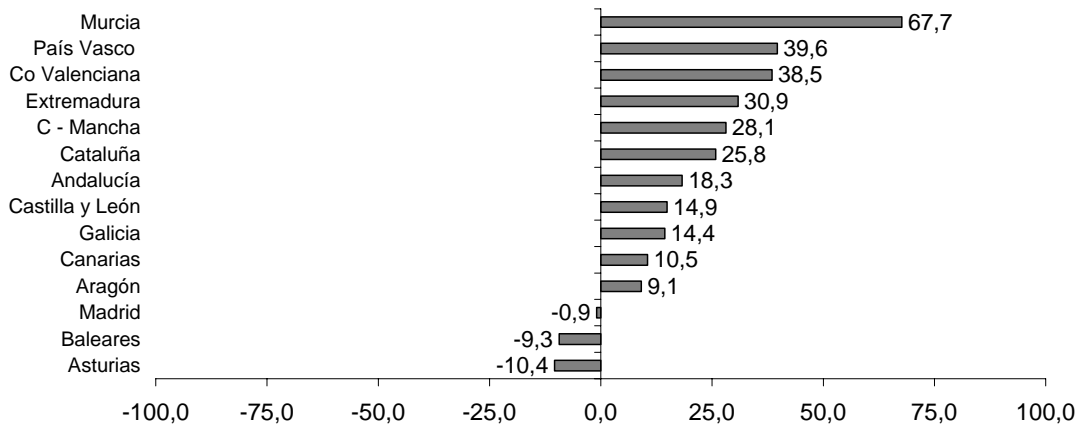
Las opiniones más favorables se obtienen en Murcia, el País Vasco, Cataluña, Castilla-La Mancha, Extremadura, Castilla y León y Canarias, mientras en Madrid, la Comunidad Valenciana, Asturias y Baleares, aunque está última con un cambio positivo en el segundo semestre del año 2003, la opinión empresarial sobre las diversas actuaciones públicas en ese ámbito no resultan todavía positivas.

La política de formación como elemento clave para mejorar el capital humano y la competitividad del sector

Otro de los ámbitos de política turística bien valorados por los empresarios son las políticas y los apoyos a la formación. La necesaria mejora de la calidad de las experiencias y el avance hacia unas empresas mejor gestionadas que incorporen nuevos servicios diferenciales y provean de una mayor atención y valor añadido al cliente, supera el concepto de circunscribirse a la mera inversión en activos físicos y pasa necesariamente por captar y retener unos recursos humanos con, entre otros, la mejor actitud y los mayores niveles de formación.

En este punto, el fomento de políticas de formación y su potenciación por parte de las administraciones públicas autonómicas es en general muy bien valorado por los empresarios de todas las regiones españolas, con la única excepción de Asturias, Baleares y Madrid.

Opinión empresarial sobre la política de formación de las CC.AA. en 2003



Fuente: Exceltur

El gráfico indica los resultados calculados como la diferencia entre el % de los empresarios que valoran positivamente la política turística y el % de los que la valoran negativamente.

Algunas reflexiones como conclusión: Las nuevas políticas turísticas como instrumento clave para elevar la competitividad y diferenciación de los destinos españoles ante los nuevos retos del siglo XXI .

Ante un sector turístico español todavía, atomizado y multidisciplinar hoy más que nunca, se hace preciso avanzar en torno a visiones de futuro a medio plazo cada vez mas convergentes entre todos los diversos prestadores de servicios públicos y privados, que finalmente concurren y dependen mutuamente en los diversos destinos, para poder superar las expectativas de unos clientes, cada día mas exigentes y con mayores alternativas.

Es por ello que en este entorno el liderazgo explícito que puede derivarse de una mayor atención y prioridad de gobierno junto a unas políticas turísticas, tanto a nivel central como autonómico, lo mas innovadoras y armonizadas posibles, se convierte en un elemento catalizador clave para transformar y elevar la competitividad de los destinos españoles. En ese contexto se facilitarían la orientación de las diferentes estrategias, actuaciones e interrelaciones tanto públicas como privadas en clave de diferenciación que faciliten nuestro progresivo reposicionamiento hacia nuevas líneas de producto con una demanda creciente y un mayor valor añadido.

Se hace por ello imprescindible superar nuestra tradicional cultura de primar el volumen de visitantes, por la de una estrategia basada en cubrir prioritariamente las motivaciones del consumidor final, aspirando a un crecimiento sostenible que por otro lado persiga como objetivo esencial, la máxima rentabilidad socio-económica posible de los destinos, que no es más que sinónimo de la mejor calidad de vida y bienestar para todas sus comunidades.

En los diferentes análisis realizados en el Informe Perspectivas Turísticas que trimestralmente publica EXCELTUR, se ha venido destacando la traslación de los diferentes cambios en la demanda turística internacional y los diversos subsectores turísticos sobre el comportamiento del turista que nos visita. En apenas dos años se ha producido un uso creciente de las segundas residencias, el acceso a España a través de medios de transporte más económicos, con un crecimiento exponencial de las líneas aéreas de bajo coste, una mayor utilización de Internet como medio de información y cada vez en más de contratación, y una traslación hacia un turista de menor gasto medio y en consecuencia de menores efectos multiplicadores para los destinos.

Estos cambios, cuya tendencia se ha visto reforzada por un clima de inestabilidad económica y geopolítica recientemente acentuado por los dramáticos acontecimientos del 11-M, se producen en un momento donde comienzan a intensificarse los síntomas de agotamiento de nuestro modelo turístico tradicional, se acentúa la tendencia hacia la obsolescencia del producto en algunos destinos pioneros, a la par que se acompaña de una sobreoferta tanto alojativa como en otros subsectores como el aéreo y en un contexto económico donde las tradicionales ventajas de competitividad por precio prácticamente se han agotado, por su convergencia con la media europea, a la par que nuestra renta igualmente se aproximaba a ella.

Este proceso coincide con una extraordinaria y creciente competencia de los países del mediterráneo oriental, que han disfrutado de importantes crecimientos de oferta y demanda en los últimos años, en la misma línea de producto todavía hoy por hoy crucial para España : el turismo masivo de sol y playa. En este sentido, desde Exceltur hemos venido reiteradamente poniendo de manifiesto los riesgos y oportunidades que planean sobre los diferentes destinos españoles, especialmente en el litoral mediterráneo y las islas, así como las líneas de trabajo que deberían reforzarse para hacerlos frente

Los factores mencionados, y otros muchos cuya exposición supera el objeto de esta primera valoración empresarial de Políticas turísticas que se deriva de nuestras encuestas trimestrales, refuerzan la necesidad de innovar y disponer de nuevas estrategias, líneas de actuación y sistemas de gestión y coordinación tanto en el ámbito público como en el privado, mas profesionales, mas consensuadas y mas acordes al curso de los tiempos y la velocidad y profundidad de los cambios que acechan el futuro del turismo español.

A modo de epilogo y como en su totalidad siguen siendo validos, hemos querido concluir este monográfico reflejando de nuevo los 10 principios que a nuestro juicio constituyen el decálogo en el que debieran inspirarse las nuevas Políticas Turísticas que faciliten los necesarios avances de nuestra competitividad y garanticen nuestra sostenibilidad y liderazgo a largo plazo . Este decálogo que fue presentado ahora ya más de un año en enero de 2003 en el seno de nuestra II Conferencia Turística Internacional, y que en la actualidad cobra si cabe más importancia y actualidad es el siguiente :

DECÁLOGO DE COMPETITIVIDAD DE EXCELTUR

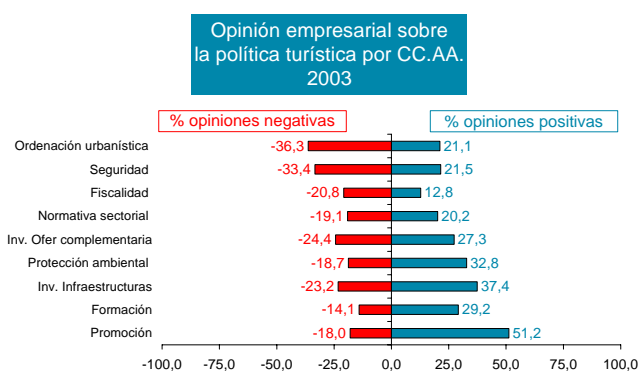
1. Solamente **crecimiento sostenible** de la oferta hotelera y residencial: Asegurando la adecuada dotación de recursos financieros municipales que eviten la sobre-construcción
2. Facilitar el reposicionamiento de los destinos turísticos pioneros hacia líneas de producto de mayor rentabilidad socioeconómica a través de un **Gran Plan RENOVE** de destinos maduros
3. Un nuevo **Sistema integral de Información, conocimiento e Inteligencia permanente del Sector Turístico (SIIT)** que permita una mejor evaluación y seguimiento de la dinámica del sector
4. **Actualizar los enfoques de Marketing/Promoción turística** a todos los niveles de las administraciones en clave del consumidor final y de las oportunidades de las nuevas tecnologías “on line”.
5. Políticas coordinadas y decididas de apoyo **para la implantación y consolidación de las grandes marcas turísticas españolas en el exterior** (Tanto públicas como especialmente las privadas)
5. **Plan Marco de Tecnología y de Investigación + Desarrollo + Innovación (I+D+I) específico del sector**
6. Revisar y potenciar las estrategias de Recursos Humanos para **captar, formar y retener el mejor “talento” para el Sector**
8. Gran acuerdo nacional para lograr **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 más global y compartida, una mejor capacidad de gestión, unos mayores recursos y unos mayores niveles de compromiso recíprocos y equilibrio en la toma de decisiones.
10. Otorgar una **mayor prioridad de gobierno y recuperar la visión transversal del turismo en los máximos niveles de las Administraciones: Plan estratégico a medio plazo**

ANEXO

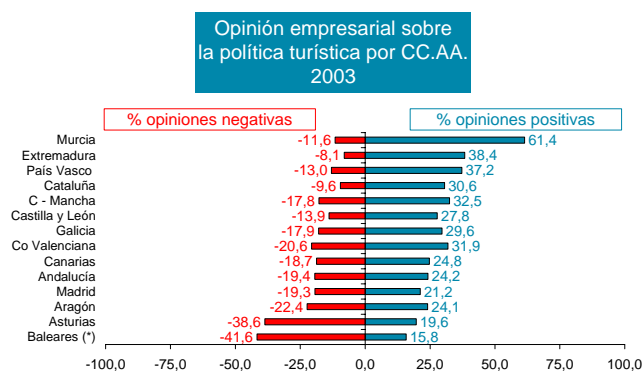
A continuación se presentan los gráficos del documento con los porcentajes de los empresarios que valoran de forma positiva la política turística autonómica, así como de aquellos que la valoran de manera negativa.

La diferencia es el resultado que se presenta a lo largo de los gráficos del documento.

GRÁFICOS DEL DOCUMENTO

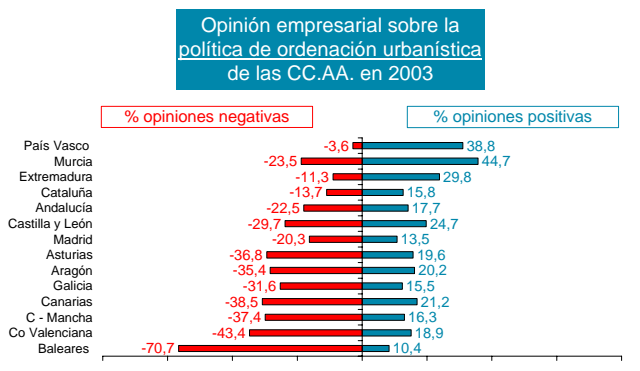


Fuente: Exceltur

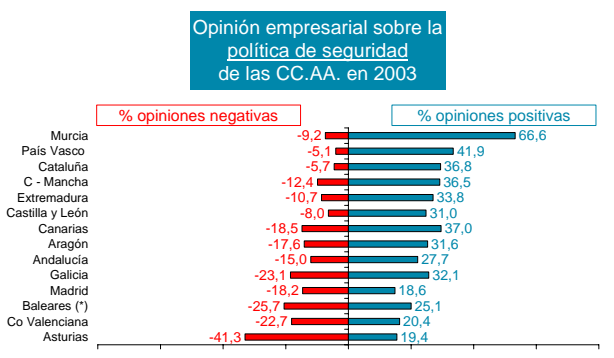


Fuente: Exceltur

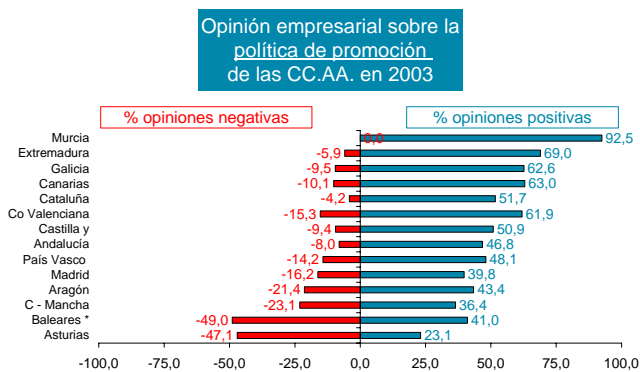
* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.



Fuente: Exceltur

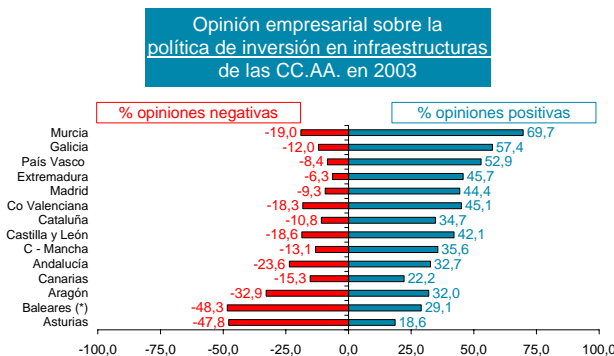


Fuente: Exceltur



Fuente: Exceltur

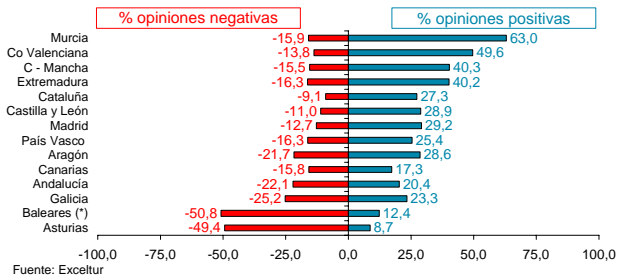
* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.



Fuente: Exceltur

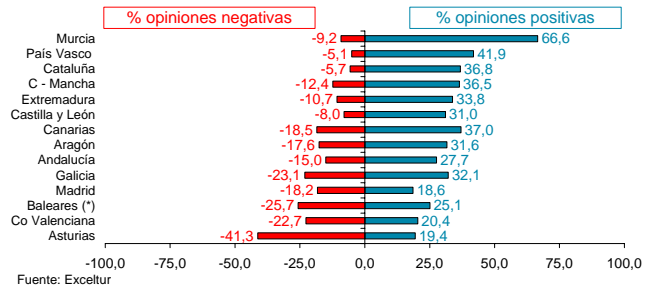
* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

Opinión empresarial sobre la política de inversión en oferta complementaria de las CC.AA. en 2003



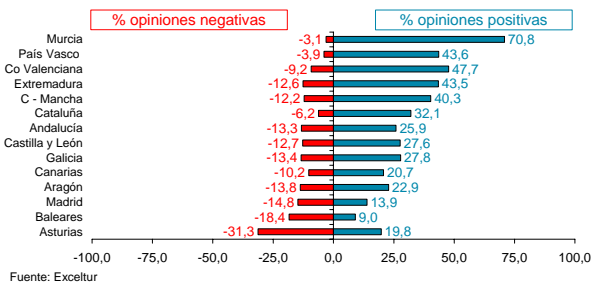
* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

Opinión empresarial sobre la política de protección ambiental de las CC.AA. en 2003



* Se ha producido un destacado cambio en Baleares desde las elecciones autonómicas del 25M que no recoge el gráfico al representar la media del año 2003.

Opinión empresarial sobre la política de formación de las CC.AA. en 2003



TABLAS DE RESPUESTAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN EL AÑO 2003

ANDALUCIA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	46,8	8,0	45,1	38,8
Inversión en Infraestructuras	32,7	23,6	43,7	9,1
Inversión en of. complementaria	20,4	22,1	57,6	-1,7
Protección ambiental	27,7	15,0	57,4	12,7
Seguridad	21,7	34,4	43,8	-12,7
Fiscalidad	7,9	24,4	67,7	-16,4
Formación	25,9	13,3	60,8	12,7
Normativa sectorial	16,8	11,5	71,7	5,3
Ordenación Urbanística	17,7	22,5	59,8	-4,8

Fuente: Exceltur

ARAGÓN

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	43,4	21,4	35,3	22,0
Inversión en Infraestructuras	32,0	32,9	35,1	-0,8
Inversión en of. complementaria	28,6	21,7	49,7	6,9
Protección ambiental	31,6	17,6	50,7	14,0
Seguridad	17,7	12,6	69,8	5,1
Fiscalidad	6,7	21,8	71,5	-15,2
Formación	22,9	13,8	63,4	9,1
Normativa sectorial	13,6	24,3	62,1	-10,7
Ordenación Urbanística	20,2	35,4	44,4	-15,3

Fuente: Exceltur

ASTURIAS

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	23,1	47,1	29,8	-23,9
Inversión en Infraestructuras	18,6	47,8	33,6	-29,2
Inversión en of. complementaria	8,7	49,4	41,9	-40,7
Protección ambiental	19,4	41,3	39,4	-21,9
Seguridad	27,3	26,5	46,2	0,8
Fiscalidad	12,3	34,3	53,4	-21,9
Formación	19,8	31,3	49,0	-11,5
Normativa sectorial	27,8	33,4	38,8	-5,6
Ordenación Urbanística	19,6	36,8	43,6	-17,1

Fuente: Exceltur

BALEARES (*)

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	41,0	49,0	10,0	-7,9
Inversión en Infraestructuras	29,1	48,3	22,6	-19,3
Inversión en of. complementaria	12,4	50,8	36,8	-38,5
Protección ambiental	25,1	25,7	49,2	-0,6
Seguridad	7,6	42,5	49,8	-34,9
Fiscalidad	3,1	30,6	66,3	-27,5
Formación	9,0	18,4	72,6	-9,3
Normativa sectorial	4,4	38,7	56,9	-34,2
Ordenación Urbanística	10,4	70,7	18,9	-60,3

Fuente: Exceltur

(*) Se ha producido un importante cambio de opinión tras las elecciones del 25M

CANARIAS

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	63,0	10,1	26,9	52,9
Inversión en Infraestructuras	22,2	15,3	62,6	6,9
Inversión en of. complementaria	17,3	15,8	66,9	1,5
Protección ambiental	37,0	18,5	44,5	18,5
Seguridad	14,5	35,2	50,3	-20,7
Fiscalidad	12,4	11,9	75,7	0,6
Formación	20,7	10,2	69,1	10,5
Normativa sectorial	14,5	13,0	72,6	1,5
Ordenación Urbanística	21,2	38,5	40,3	-17,3

Fuente: Exceltur

CANTABRIA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	54,7	16,3	29,0	38,5
Inversión en Infraestructuras	49,2	10,0	40,8	39,2
Inversión en of. complementaria	28,1	0,0	71,9	28,1
Protección ambiental	41,9	13,1	45,0	28,8
Seguridad	38,1	3,1	58,8	35,0
Fiscalidad	15,6	10,0	74,4	5,6
Formación	30,5	10,0	59,5	20,5
Normativa sectorial	21,9	9,4	68,8	12,5
Ordenación Urbanística	30,4	29,8	39,8	0,5

Fuente: Exceltur

CASTILLA-LA MANCHA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	36,4	23,1	40,5	13,3
Inversión en Infraestructuras	35,6	13,1	51,2	22,5
Inversión en of. complementaria	40,3	15,5	44,2	24,9
Protección ambiental	36,5	12,4	51,2	24,1
Seguridad	34,2	9,2	56,5	25,0
Fiscalidad	25,4	16,4	58,2	9,1
Formación	40,3	12,2	47,5	28,1
Normativa sectorial	27,4	21,1	51,6	6,3
Ordenación Urbanística	16,3	37,4	46,3	-21,1

Fuente: Exceltur

CASTILLA Y LEÓN

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	50,9	9,4	39,6	41,5
Inversión en Infraestructuras	42,1	18,6	39,3	23,5
Inversión en of. complementaria	28,9	11,0	60,1	17,8
Protección ambiental	31,0	8,0	61,0	23,1
Seguridad	30,1	12,8	57,1	17,2
Fiscalidad	7,7	8,5	83,9	-0,8
Formación	27,6	12,7	59,6	14,9
Normativa sectorial	7,1	14,2	78,7	-7,1
Ordenación Urbanística	24,7	29,7	45,6	-5,0

Fuente: Exceltur

CATALUÑA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	51,7	4,2	44,2	47,5
Inversión en Infraestructuras	34,7	10,8	54,5	23,8
Inversión en of. complementaria	27,3	9,1	63,6	18,3
Protección ambiental	36,8	5,7	57,5	31,1
Seguridad	28,1	19,9	52,0	8,2
Fiscalidad	20,9	6,5	72,6	14,4
Formación	32,1	6,2	61,7	25,8
Normativa sectorial	27,9	9,9	62,2	18,0
Ordenación Urbanística	15,8	13,7	70,5	2,2

Fuente: Exceltur

CO. VALENCIANA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	61,9	15,3	22,8	46,7
Inversión en Infraestructuras	45,1	18,3	36,7	26,8
Inversión en of. complementaria	49,6	13,8	36,6	35,9
Protección ambiental	20,4	22,7	56,9	-2,3
Seguridad	16,7	36,0	47,2	-19,3
Fiscalidad	7,4	11,9	80,7	-4,4
Formación	47,7	9,2	43,0	38,5
Normativa sectorial	18,9	15,3	65,8	3,6
Ordenación Urbanística	18,9	43,4	37,7	-24,5

Fuente: Exceltur

EXTREMADURA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	69,0	5,9	25,1	63,1
Inversión en Infraestructuras	45,7	6,3	47,9	39,4
Inversión en of. complementaria	40,2	16,3	43,6	23,9
Protección ambiental	33,8	10,7	55,5	23,1
Seguridad	35,0	6,9	58,1	28,1
Fiscalidad	16,0	2,8	81,3	13,2
Formación	43,5	12,6	43,9	30,9
Normativa sectorial	32,4	0,0	67,6	32,4
Ordenación Urbanística	29,8	11,3	59,0	18,5

Fuente: Exceltur

MADRID

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	39,8	16,2	44,0	23,6
Inversión en Infraestructuras	44,4	9,3	46,3	35,1
Inversión en of. complementaria	29,2	12,7	58,1	16,4
Protección ambiental	18,6	18,2	63,1	0,4
Seguridad	10,9	49,5	39,6	-38,6
Fiscalidad	8,2	13,7	78,2	-5,5
Formación	13,9	14,8	71,3	-0,8
Normativa sectorial	12,1	19,2	68,7	-7,1
Ordenación Urbanística	13,5	20,3	66,2	-6,8

Fuente: Exceltur

PAIS VASCO

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	48,1	14,2	37,7	33,9
Inversión en Infraestructuras	52,9	8,4	38,8	44,5
Inversión en of. complementaria	25,4	16,3	58,3	9,2
Protección ambiental	41,9	5,1	53,1	36,8
Seguridad	29,9	32,8	37,4	-2,9
Fiscalidad	20,7	19,6	59,7	1,1
Formación	43,6	3,9	52,5	39,6
Normativa sectorial	34,1	12,8	53,1	21,2
Ordenación Urbanística	38,8	3,6	57,6	35,2

Fuente: Exceltur

GALICIA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	62,6	9,5	27,8	53,1
Inversión en Infraestructuras	57,4	12,0	30,5	45,4
Inversión en of. complementaria	23,3	25,2	51,4	-1,9
Protección ambiental	32,1	23,1	44,8	9,0
Seguridad	22,5	15,6	61,9	7,0
Fiscalidad	10,1	16,3	73,7	-6,2
Formación	27,8	13,4	58,8	14,4
Normativa sectorial	15,1	14,3	70,6	0,7
Ordenación Urbanística	15,5	31,6	52,9	-16,1

Fuente: Exceltur

MURCIA

	Positiva	Negativa	Indif.	Saldo
Promoción	92,5	0,0	7,5	92,5
Inversión en Infraestructuras	69,7	19,0	11,3	50,7
Inversión en of. complementaria	63,0	15,9	21,1	47,1
Protección ambiental	66,6	9,2	24,2	57,4
Seguridad	51,3	8,8	39,9	42,6
Fiscalidad	42,0	15,4	42,6	26,5
Formación	70,8	3,1	26,1	67,7
Normativa sectorial	51,8	9,2	39,0	42,6
Ordenación Urbanística	44,7	23,5	31,8	21,2

Fuente: Exceltur

No se presenta información de Navarra y La Rioja por falta de representación en la muestra