

CLAVES DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISTICO ESPAÑOL

Por
José Luis Zoreda
Vicepresidente Ejecutivo de EXCELTUR



QUÉ ES Y CUÁLES SON LOS OBJETIVOS BASICOS DE EXCELTUR

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

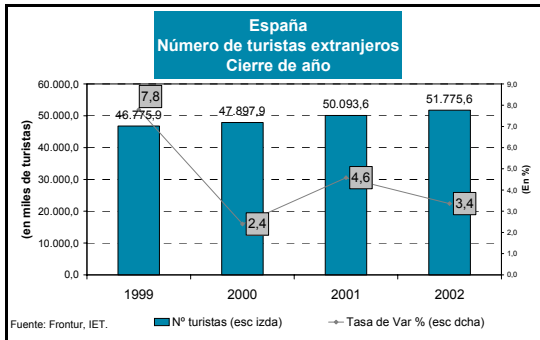
**QUE EL TURISMO GANE MAS
RECONOCIMIENTO E
INFLUENCIA**

**ASEGURAR QUE EL TURISMO SIGA
SIENDO EL PRIMER MOTOR DE LA
ECONOMIA ESPAÑOLA**

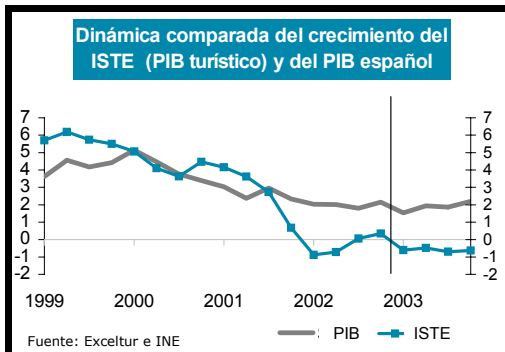
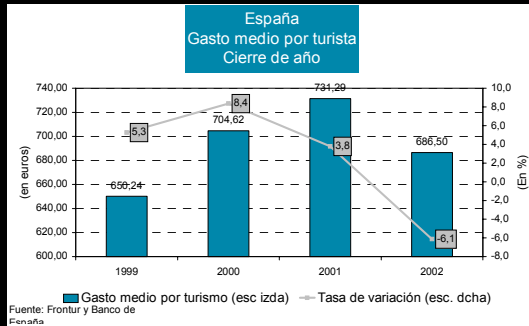
**CONOCER Y MEDIR
MEJOR LA DINÁMICA
DEL TURISMO Y
DIFUNDIR SU IMPACTO
ECONÓMICO EN
ESPAÑA**



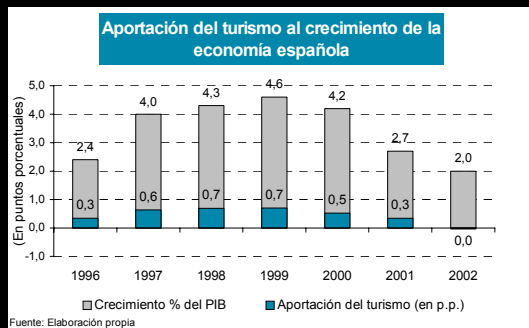
**MEJORA DEL MARCO
DE COMPETITIVIDAD
TURÍSTICA EN SU
SENTIDO MAS AMPLIO**



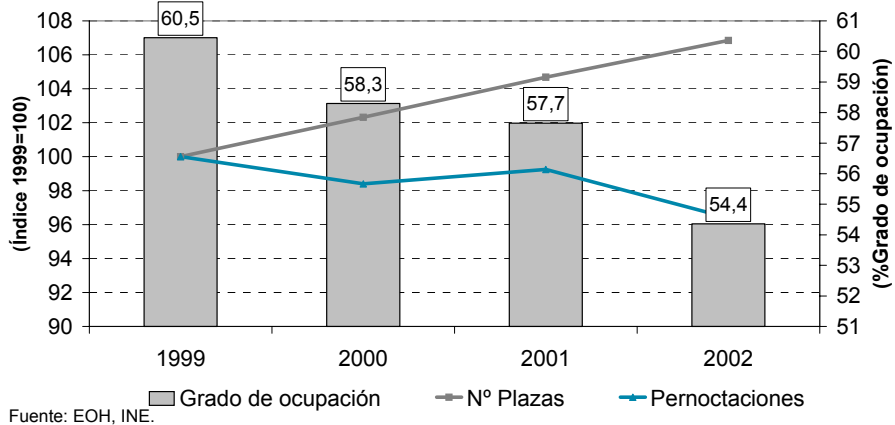
RASGOS DETERMINANTES DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO ESPAÑOL EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



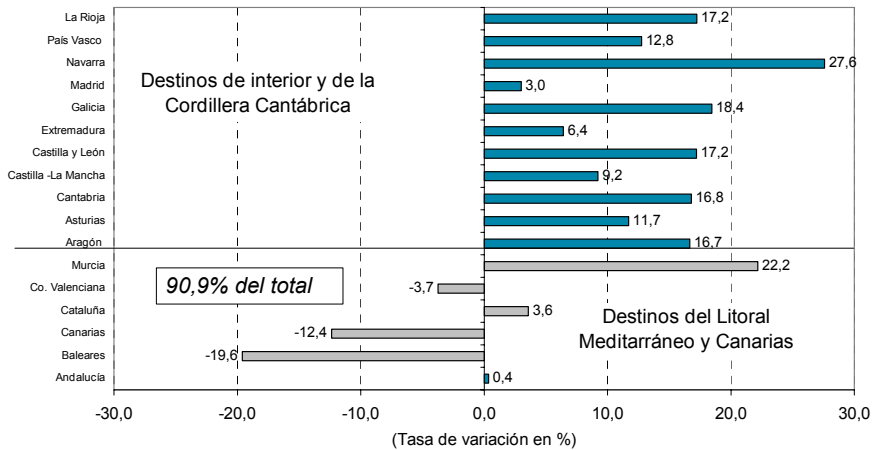
EVOLUCIÓN DE LA APORTACIÓN DEL TURISMO AL PIB ESPAÑOL



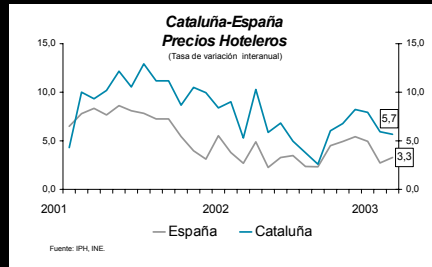
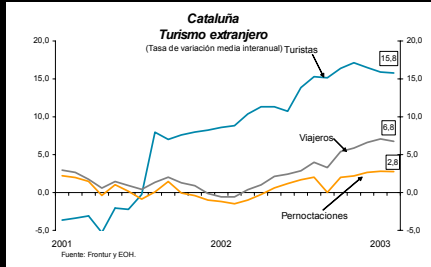
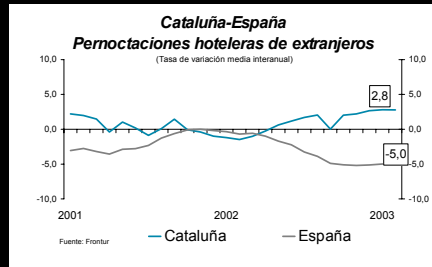
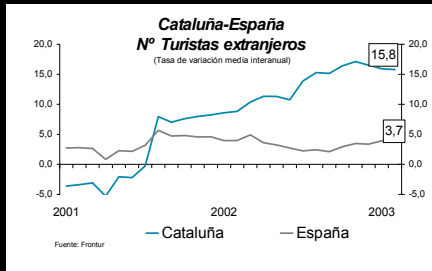
España Comportamiento del mercado de alojamiento hotelero Cierre de año



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



EL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EN CATALUÑA



LA EXPERIENCIA Y NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE VIENE DETERMINADO POR SUS DIVERSAS INTERRELACIONES ENTRE LOS MULTIPLES ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR ...

Marco legal y Estructuras Organizativas Públicas

Mayoristas y Minoristas

Op. Transporte y Gestores de Infraestructura

Alojamiento

Ocio

Diseño y Venta

Transporte

Estancia

Entretenimiento

Cadena de valor del Turismo



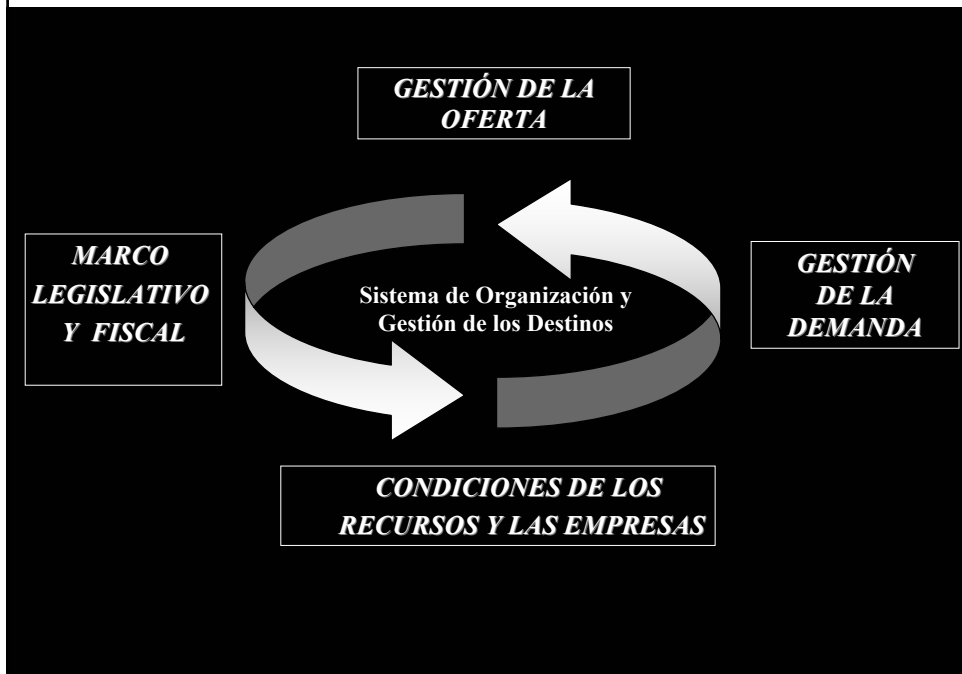
VALORANDO LOS DISTINTOS FACTORES, INTERNOS Y EXTERNOS, QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD



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

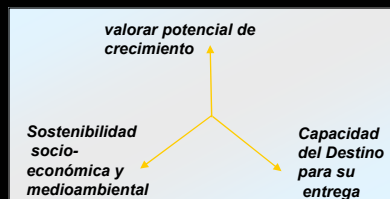
RECOMENDACIONES EN CINCO GRANDES CAPÍTULOS



CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON LA GESTIÓN DE LA OFERTA

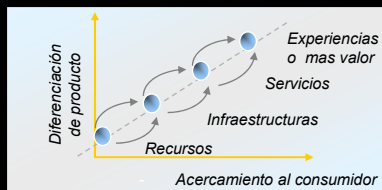
1. Permitir solamente un crecimiento sostenible de la oferta hotelera y residencial
Asegurando la adecuada dotación de recursos financieros municipales que eviten la sobre construcción

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 ampladas 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

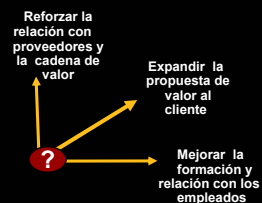
CLAVES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADAS CON LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS Y CONDICIONES EMPRESARIALES

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

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 publicas 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 Secretaria 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**

Muchas gracias