



TURISMO COMPITE-2008

COMPETITIVIDAD DE VIAJES Y TURISMO FORO ECONÓMICO MUNDIAL

Germán Porras



ESQUEMA

- El turismo factor de desarrollo económico-social: la competitividad.
- Factores de competitividad: (Turismo en Iberoamérica-OMT)
 - Sostenibilidad
 - Cooperación
 - Marco legal e institucional
 - Infraestructuras
 - Gestión local del turismo
 - Diversificación de la oferta
 - Promoción
 - Recursos humanos
 - Gestión de riesgos
 - Investigación, conocimiento e información



EL TURISMO ESPAÑOL: LA COMPETITIVIDAD COMO RETO PERMANENTE

- El turismo, factor básico de la economía española:
 - 11% PIB
 - Ingresos divisas: 50.000 millones €
 - Empleo 12% (2,3 millones, 375.000 inmigrantes)
 - PYMES 360.000 empresas
- Fases de decadencia y de recuperación:
 - Infraestructuras
 - Calidad: PICTE 2000. ICTE (naturaleza y procesos) (1.500 empresas)
 - Diversificación de productos: turismo cultural, reuniones, golf.
- Coyuntura actual: crisis económica y nuevos retos:
 - Innovación (energía, medioambiente) y eficiencia en costos
 - Renovación de destinos: Bahía de Palma
 - Gestión de las nuevas tendencias de la demanda
 - Diversificación de mercados: OET Rusia, Europa , China, Singapur, India
 - Política de visados



TURISMO: EL MAYOR SECTOR DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

– CRECIMIENTO:

- 1950: 25 millones viajes internacionales
- 2007: 900
- 2020: 1,600 (5 millones cada día)

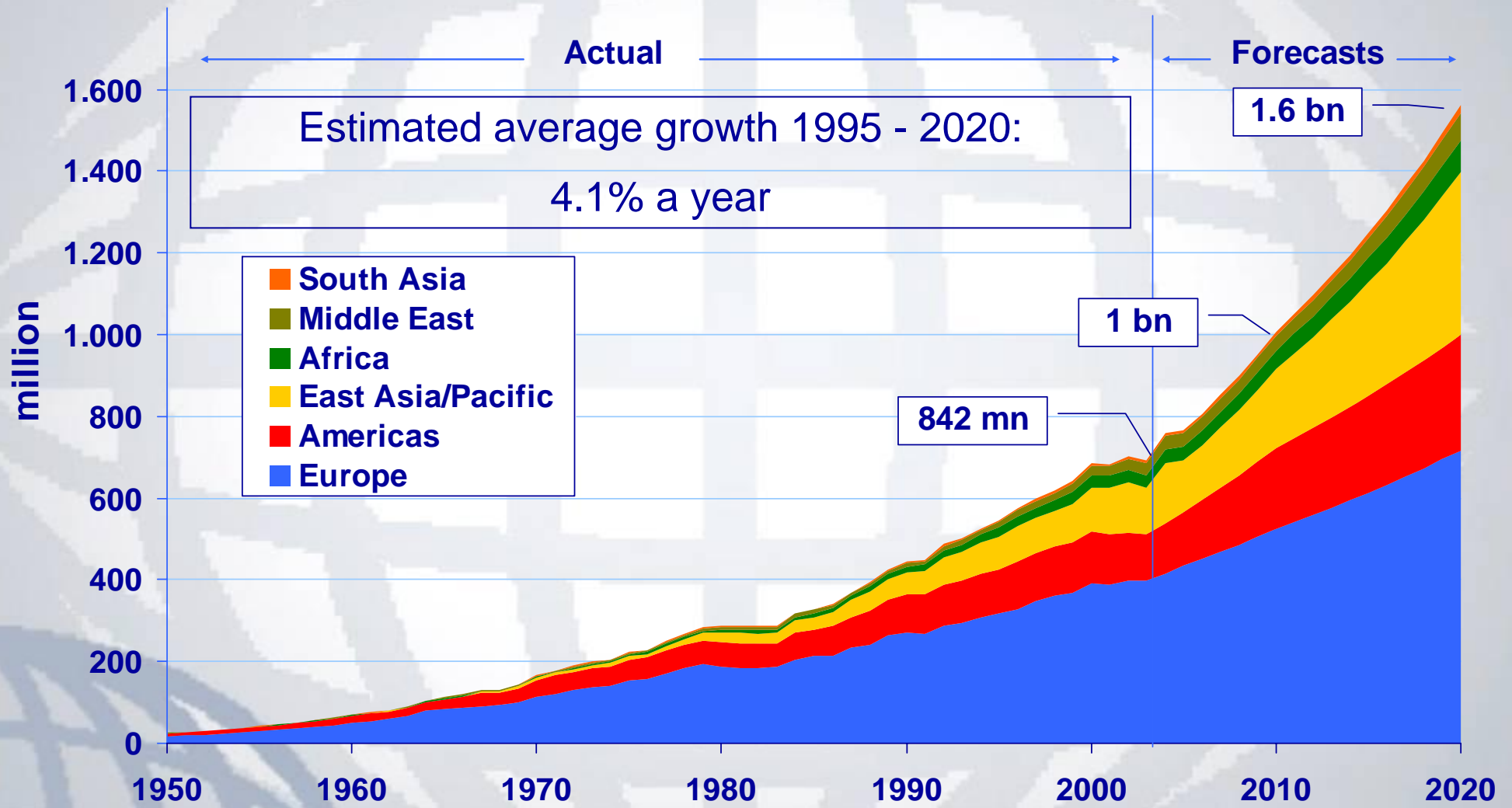
– TASA DE CECIMIENTO HASTA 2020:

- 4.1% (5.5% in 2005 & 2006; 6% in 2007, 2008 3%)

– RESISTENCIA Y RECUPERACIÓN: 1982, 2002-3.

International Tourist Arrivals, 1950-2020

Current situation and forecasts WTO *Tourism 2020 Vision*





TURISMO:

EL MAYOR SECTOR DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

- PIB MUNDIAL 10,4% (7.063 BILLONES US\$)
- EMPLEO: 8,3% (231 MILLONES) 1 DE CADA 12
- EXPORTACIONES: 12,2%
- INVERSIONES 9,5%
- EFECTO MULTIPLICADOR OTROS SECTORES: 1,7
- INVERSIÓN PÚBLICA: 3,8%
- INGRESOS PÚBLICOS: ?
- CUENTAS SATÉLITES DE TURISMO



**“TOURISM IS PERHAPS THE ONLY INDUSTRY
THAT MAKES SENSE TO EVERY SINGLE
COUNTRY AROUND THE WORLD”**

Charles Petrucelli

**President of Global Travel Services, American
Express**



COMPETENCIA INTERNACIONAL



WORLD TOURISM EVOLUTION

MAIN TOURIST DESTINATIONS

MARKETS

Main International Tourist Destinations

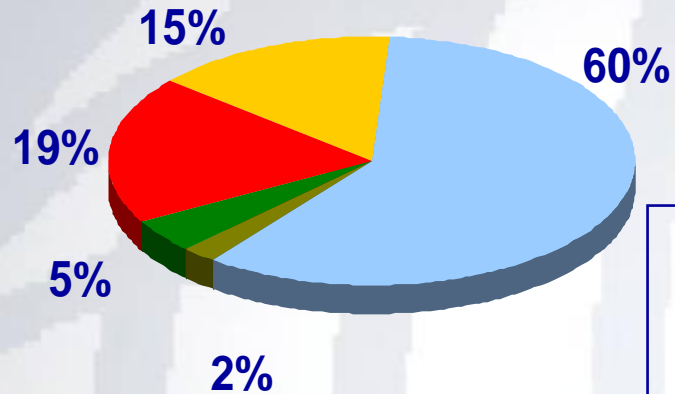
Ranking	1950	Market share	1970	Market share	1990	Market share	2000	Market share
1	US	71%	Italy	43%	France	38%	France	35,10%
2	Canada		Canada		US		Spain	
3	Italy		France		Spain		Italy	
4	France		Spain		Italy		China	
5	Switzerland		US		Hungary			
6	Ireland	17%	Austria	22%	Austria	19%	UK	11,60%
7	Austria		Germany		UK		Russia	
8	Spain		Switzerland		Mexico		Mexico	
9	Germany		Yugoslavia		Germany		Canada	
10	UK		UK		Canada		Austria	
11	Norway	9%	Hungary	10%	Switzerland	11%	Germany	9%
12	Argentina		Czechoslovakia		China		Hungary	
13	Mexico		Belgium		Greece		Poland	
14	Netherlands		Bulgaria		Portugal		Hong Kong (China)	
15	Denmark		Romania		Malaysia		Greece	
	Others	3%	Others	25%	Others	33%	Others	44,30%
Total	25.3 million		165.8 million		457.2 million		699 million	

Source: World Tourism Organisation

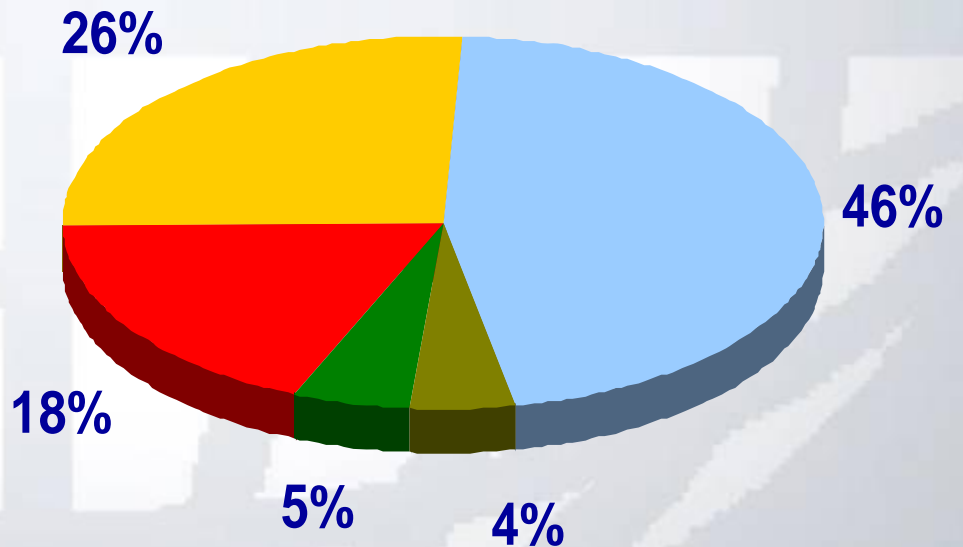
(September 2002)

Tourist Arrivals by Receiving Region

Market Share (%) - 1995

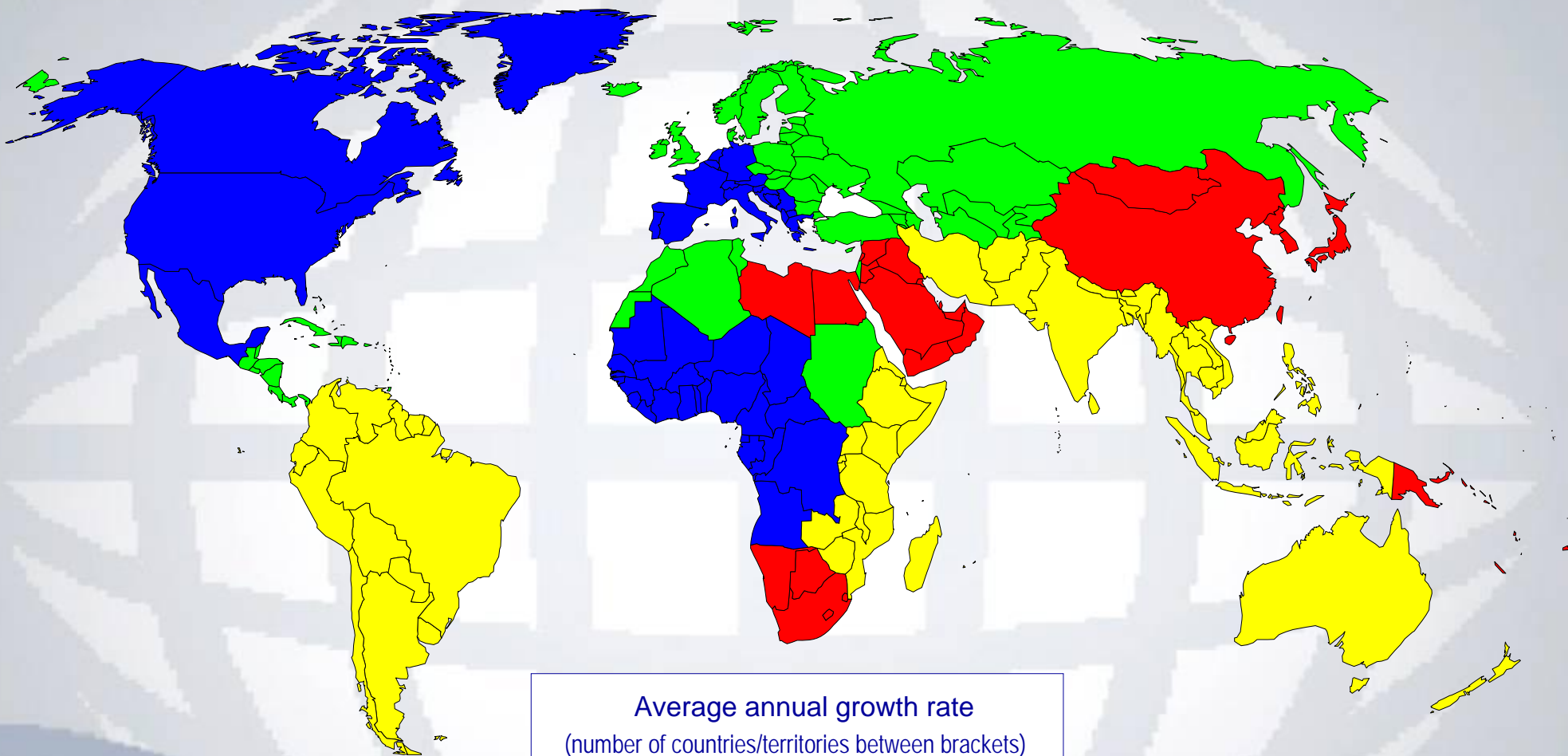


Market Share (%) - 2020



Inbound tourism by subregion

International Tourist Arrivals -Average Annual Growth Rate, 1995-2020



Average annual growth rate
(number of countries/territories between brackets)

- 6.4 - 7.5% (43)
- 4.7 - 6.3% (53)
- 3.7 - 4.6% (66)
- 1.9 - 3.6% (53)



NO RECONOCIMIENTO DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

- Gobiernos: Una industria “fácil”.
- Inversores e instituciones financieras: un negocio de riesgo.
- Medios de comunicación: foco en el consumidor y falta de atención como sector económico.
- Opinión pública: El turismo solo beneficia a la industria turística.
- El WEF y el TTCR ayudan a crear conciencia de la importancia del turismo y de los obstáculos a su desarrollo



PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

- España:
- Planes FUTURES (1990')
- PICTE-2000 (2000-2006)
- HORIZONTE 2020
- La planificación turística, política de Estado:
 - Naturaleza intersectorial del turismo
 - Visión integral: oferta y demanda
 - Estrategia: largo plazo
 - Implicación de todos los actores, públicos/privados



PLANIFICACIÓN: FACTORES DE COMPETITIVIDAD

- Sostenibilidad
- Cooperación
- Marco legal e institucional
- Infraestructuras
- Gestión local del turismo
- Diversificación de la oferta
- Promoción
- Recursos humanos
- Gestión de riesgos
- Investigación, conocimiento e información



SOSTENIBILIDAD

- **ECONÓMICA:** Reinversión/Innovación
- **SOCIAL:** Beneficio real y percepción de la comunidad receptora
- **CULTURAL:** Mantenimiento de la identidad
- **MEDIOAMBIENTAL:** Cambio climático



SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

- El turismo ante el cambio climático:
 - Consecuencias en destinos (playa, esquí)
 - Culpable de emisiones de CO₂ (5%)
 - La solución no está en la gestión de la demanda (impuestos) sino en los avances tecnológicos, las infraestructuras y la gestión del tráfico.
 - Enfoque positivo de los poderes públicos y acción de las empresas turísticas (eficiencia energética, gestión de residuos)



COOPERACIÓN

- Coordinación pública:
 - Entre Ministerios y entre ámbitos local, reg. y central
 - Marco institucional
- Cooperación público-privada
 - Planificación, ejecución y cofinanciación
- Cooperación regional: CATA, Caribe
- Áreas de cooperación:
 - Creación de oferta
 - Promoción y marketing



MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

- Seguridad jurídica
- Inversión extranjera
- Libertad de circulación
- Política de cielos abiertos
- Protección del consumidor turístico



INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS

- Su desarrollo ha de anticipar al desarrollo turístico:
 - Aeropuertos
 - Carreteras
 - Abastecimiento y depuración de agua
 - Gestión de residuos
 - Servicios públicos: higiene, sanidad, seguridad
 - Estímulos a la creación instalaciones: alojamiento, congresos, turismo cultural.



TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

- Turismo:
 - Los servicios turísticos se consumen en los destinos
 - El turismo impulsa otros sectores productivos locales
 - Las comunidades locales se benefician de las infraestructuras y servicios públicos turísticos
 - El turismo proporciona beneficios materiales e inmateriales a las comunidades locales (Estima por la cultura y la forma de vida propias)



GESTIÓN LOCAL DEL TURISMO

- Beneficios reales:
 - Mejora de las infraestructuras
 - Participación en los beneficios
 - Empleo y formación
- Percepción de la comunidad receptora:
 - Actitud receptora positiva
 - Cooperación entre los actores



DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA

- **IBEROAMÉRICA: Pluralidad de productos:**
 - Turismo cultural
 - Turismo activo y de naturaleza
 - Turismo de reuniones
 - Turismo de sol y playa
- **España:**
 - 80% turismo de sol y playa
 - 7,5 millones de turistas culturales (+36%)
 - Turismo independiente (70%) y de paquete (30%)
 - Compañías de bajo coste: 48,5% en 2008



PROMOCIÓN: MÁS Y MEJOR

- Presupuestos
- Eficacia y eficiencia:
 - Rendición de cuentas
 - Retorno de la inversión
- Gestión mixta:
 - Cooperación pública
 - Cooperación público privada
 - Cooperación regional



PROMOCIÓN: MÁS Y MEJOR

- Planificación
- Selección de mercados:
 - Nacional
 - Regional
 - Larga distancia
- Investigación y segmentación
- Nuevas tecnologías
- Comunicación e imagen



RECURSOS HUMANOS

- El turismo como servicio personal
- Conexión empresas- instituciones de formación
- Niveles:
 - Directivo: economía, sociología, psicología
 - Escalas básicas:
 - Formación profesional
 - Formación ocupacional
 - Formación continua
 - Carrera profesional



EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS

- Imagen:
 - Elaboración: Proceso laborioso
 - Consolidación: Activo frágil
- Situaciones de crisis:
 - Evaluación de riesgos
 - Planificación
 - Equipos
 - Entrenamiento



INVESTIGACIÓN, CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN

- Investigación de mercados
- Estadísticas
- Cuentas Satélites del Turismo
- Base de la planificación



PLAN DEL TURISMO

EL TURISMO POLÍTICA DE ESTADO



TURISMO COMPITE-2008

MUCHAS GRACIAS