

PROPUESTAS PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

III JORNADA DE TURISMO 8 JUNIO 2016

Organizada por:



1. INTRODUCCIÓN

En el año 2014 AEFA, AVE, CÁMARA ALICANTE, COEPA, EDEM y HOSBEC decidimos poner en marcha la **Jornada de Turismo de Benidorm**, uniendo fuerzas y escenificando nuestro trabajo conjunto por el turismo, un sector clave en el avance y éxito de la economía de la Comunidad Valenciana.

La **Jornada de Turismo de Benidorm** no es un foro más ni es un foro únicamente dirigido a empresarios y profesionales del sector. Es más, la gran mayoría representan a empresas, organizaciones y entidades que aparentemente no están vinculadas con el turismo. Y decimos aparentemente porque, en realidad, todas las empresas, entidades y ciudadanos de la Comunidad Valenciana, de una forma u otra, estamos vinculados con el turismo y deberíamos estar más centrados en apoyarlo y fortalecerlo.

Así, durante 3 años, 250 empresarios y directivos de la Comunidad Valenciana nos hemos reunido para compartir diagnósticos, realidades y posiciones sobre el turismo.

- ▶ Hemos tomado conciencia de su importancia estratégica para los territorios importantes en el mundo.
- ▶ Sabemos que la Comunidad Valenciana tiene atractivo y reputación en el exterior, entre los viajeros actuales, con sus distintas motivaciones profesionales y personales.
- ▶ Ha quedado claro que no hay mejor tarjeta de presentación para la sociedad y economía de la Comunidad Valenciana en el mundo que ofrecer una experiencia turística de calidad a nuestros visitantes de ocio y negocio.
- ▶ Somos conscientes, además, de que nuestra sociedad sabe viajar fuera, como muestra el hecho de que empresas nuestras de diferentes sectores tengan una gran implantación y reputación más allá de nuestra geografía regional.
- ▶ Como empresarios sabemos que nada es para siempre y que mantener el liderazgo exige apuestas claras:
 - Calidad
 - Formación
 - Innovación
 - Inversión

A partir de ahora queremos seguir contribuyendo a propiciar la calidad y la diferenciación para afianzar nuestro liderazgo turístico pasando del análisis y el relato de los hechos a la acción. Para ello vamos a iniciar una nueva etapa de encuentros entre todos aquellos actores que protagonizan nuestra relación con el exterior y que están implicados y comprometidos en la atracción de viajeros.

La nueva etapa ha de estar orientada a lograr resultados operativos que se sumen a lo que ya estamos haciendo bien hasta ahora y para ello debemos asumir compromisos y propuestas.

2. ASPECTOS CLAVE PARA MEJORAR NUESTRO POSICIONAMIENTO TURÍSTICO

2.1 Concienciar a los ciudadanos de la importancia del turismo e implicarles en su desarrollo

La sociedad valenciana debe ser plenamente consciente de la importancia de los viajes en un mundo globalizado. Tenemos una percepción errónea del turismo en ocasiones demasiado identificado con actividades superficiales, producidas y consumidas masivamente. Hoy se viaja todo el año y por cualquier motivo y en los países occidentales se exige calidad y, por tanto, profesionalidad. Por ello debemos poner en valor a las empresas y profesiones del ocio, la cultura y el turismo y avanzar hacia la dignificación y profesionalización de las actividades turísticas.

Se trata de una prioridad clave para todos nosotros contribuir a difundir entre nuestros círculos y redes personales una lectura correcta de lo que es y no es el turismo y de lo que significa para una vida moderna, abierta y competitiva. Y, además, hay que sumar esfuerzos para producir y distribuir conjuntamente comunicación de calidad que facilite la rápida toma de conciencia de la opinión pública.

2.2 Trabajar en el producto turístico

Ya estamos ofreciendo productos bien posicionados porque existen empresarios orientados a la calidad y entre esos empresarios hay además procesos de colaboración. Algunos destinos bien conocidos en el segmento de sol y playa han logrado des-estacionalizar su actividad. Pero hay que avanzar y para ello consideramos clave trabajar en los siguientes ámbitos:

- Hemos de tener más clientes exigentes y con capacidad adquisitiva, visitantes mejores con criterio para elegirnos y para hablar bien de nosotros.
- Siendo conscientes de la diferencia en el mercado que aporta nuestro hábitat, con su clima y ecosistema, pero también la cultura y nuestro estilo de vida, hemos de centrar los nuevos productos turísticos en esos atractivos propios de nuestra geografía e idiosincrasia.
- Nos hemos de especializar en convertir nuestro modo de vida, lo que hacemos cada día aquí, en una experiencia turística para el visitante con criterio.

2.3 Estrategia liderada por los empresarios

Queda constatado que la implicación, compromiso y presencia del empresariado en la toma de decisiones de la política territorial y turística a través de distintas soluciones institucionales, ha sido muy importante en los destinos con éxito de nuestro territorio nacional, incluido aquí el caso de Benidorm y de los destinos internacionales.

Aprendiendo de los líderes y para aglutinar los esfuerzos respecto a la creación de productos que prosigan con la necesaria des-estacionalización del turismo en la Comunidad Valenciana, conviene comenzar con proyectos piloto, factibles en el corto plazo.

Las áreas en las que observamos mayores oportunidades son, por supuesto, el mar mediterráneo, el territorio litoral y las actividades al aire libre en general, pero también y de manera más precisa el deporte, la gastronomía, la música y el patrimonio, importantes como atractivos de ocio y a su vez claves en la diferenciación dentro del muy estratégico turismo empresarial y profesional de reuniones y congresos.

2.4 El rol de las Administraciones Públicas

En el diseño y la gestión del modo de vida, las administraciones públicas tienen competencias exclusivas en lo relativo a la seguridad física y jurídica y a la ordenación del territorio. Para generar la necesaria calidad de vida de los residentes y visitantes, es totalmente necesario mejorar la coordinación entre las empresas y estas políticas públicas, de manera especial en el ámbito local.

Queremos resaltar la importancia especial de los siguientes ámbitos:

- a. **Regulación.** Las tecnologías de la información y comunicación facilitan soluciones a los viajeros que no deben quedar al margen de las regulaciones, garantizando seguridad jurídica y calidad.
- b. **Accesibilidad e infraestructuras.** La accesibilidad y conectividad de la Comunidad Valenciana por tierra, mar y aire ha de seguir el proceso de mejora continua.
- c. **Fiscalidad.** La fiscalidad es imprescindible para sostener las infraestructuras y servicios públicos básicos que hacen que toda sociedad funcione. En todo caso, cualquier impuesto debe ser proporcionado y adecuado a sus fines.
- d. **Promoción.** En lo que hace a políticas públicas de promoción, el mayor peso debe corresponder a las empresas y a las administraciones locales en los destinos líderes y con opciones de mercado.

2.5 Formación, profesionalización y calidad

Para garantizar una oferta turística en sintonía con las tendencias actuales en el mundo de los viajes y las buenas prácticas de los territorios líderes, necesitamos el apoyo de la sociedad valenciana.

Con el fin de seguir concienciando sobre la importancia del turismo y generar nuevos talentos en todas las áreas profesionales implicadas en turismo y viajes, tanto operativas como directivas, hemos de impulsar la coordinación entre las entidades públicas y privadas con objetivos educativos y formativos al respecto, incluidas aquí las empresas líderes con programas propios. Hay que propiciar el contacto entre todas estas organizaciones y la elaboración conjunta de una estrategia formativa al respecto.

Estos programas estarán basados en la experiencia de los mejores empresarios y profesionales valencianos, españoles y del resto del mundo, cumpliendo con el necesario rigor académico.

Así apoyaremos de modo efectivo la profesionalización y la calidad entre las empresas y territorios ya posicionados y entre aquellos nuevos productos a posicionar, garantizando la incorporación de capital humano capaz a una actividad absolutamente clave para la reputación y posición en el mundo de la sociedad de la Comunidad Valenciana.

3. PROPUESTAS Y COMPROMISOS

- 3.1 Dar continuidad y potenciar a la **Jornada de Turismo de Benidorm** y consolidarla como un foro de referencia nacional.
- 3.2 Generar y difundir indicadores que permitan a la sociedad de nuestra Comunidad y de nuestro país, ser conscientes de la importancia del turismo para nuestra economía y futuro.
- 3.3 Promover MÁS colaboración entre MÁS empresas para definir productos turísticos en segmentos de calidad e identificar productos turísticos novedosos y/o de futuro, profundizando así en el camino hacia la **CLUSTERIZACIÓN** turística.
- 3.4 Implicar, tanto en la impartición de clase, como aportando recursos, a los empresarios con *expertise* turístico:
 - a. Definir y consolidar programas de formación superior en *Hospitalidad y en Diseño y Gestión de Productos Turísticos*
 - b. Definir y consolidar programas de formación profesional especializado y adecuado a las necesidades de los distintos actores turísticos.
- 3.5 Invertir en la remodelación, renovación o actualización de cualquier activo o servicio que utilicen los viajeros que atraemos, para elevar los estándares de calidad y poder ser más competitivos
- 3.6 Regularización por parte de las administraciones públicas de todas las actividades de transporte, alojamiento, ocio y otras, nacidas con las nuevas tecnologías.
- 3.7 Tener operativo en 2018 el corredor mediterráneo, desarrollar la red ferroviaria por el litoral y propiciar el aumento de los enlaces aeroportuarios y el modo marítimo de conexión para el turismo de cruceros y náutico.
- 3.8 Cualquier impuesto o tasa que afecte a las actividades que atienden a los viajeros, ha de aplicarse a todo el tejido empresarial implicado y ha de servir para impulsar proyectos con efectos positivos y directos sobre la calidad de vida residencial y turística.
- 3.9 Incrementar los procesos de coordinación con la administración regional y, en su caso, provincial para evitar duplicidades, economizar y, en la medida de lo posible, avanzar en la difusión de toda la realidad turística valenciana.