

## Acta del Panel Estratégico: TURISMO

Celebrada el 27 de ENERO de 2011 a las 10.00 horas en la sala Molina del Centro Cívico de la Diputación de Málaga.

### ASISTENTES:

**D. Antonio Souvirón Rodríguez**, Delegado Provincial de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía.

**D. Vicente Seguí Pérez**, Gerente de la Asociación MADECA.

**D. Francisco González Fajardo**, Director del Plan Estratégico Provincial.

**D. Pedro Raya Mellado**, Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Málaga.

**D. Luis González García**, Decano de la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga.

**D. Antonio Guevara Plaza**, Vicedecano de la Facultad de Turismo, Docente del Departamento de Lenguaje y Ciencias de la Computación y Coordinador de Máster y Posgrado.

**D. Enrique Navarro Jurado**, Docente en la Facultad de Turismo y del Departamento de Geografía e Investigador de la Universidad de Málaga.

**D. Juan Luis Tejedor Huerta**, Administrador de H.T. Consultores S.L.

**D. Francisco Javier Fructuoso Medina**, Director de S.T. Investur Consultores S.L.

**D<sup>a</sup>. María Canivell Díaz**, Socia Directora de Lamar de Eventos.

**D. Israel Benjumedá Herreros**, Director Gerente de Ismalar Rutas.

**D. Jorge Alegre Arán**, Gerente de Ruta Cero Turismo Activo S.L.

**D. José Luis Córdoba Leiva**, Director de Andalucía Lab.

**D. Miguel Ángel Báez Peñuela**, Gerente del Consorcio Qualifica.

**D. Carlos Vasserot Anton**, Jefe del Departamento de Turismo de la Diputación de Málaga.

**D. Pablo Blas García**, Área de Turismo de la Diputación de Málaga y Gerente del Plan de Competitividad Turística de la Sierra Norte de Málaga y del Plan de Dinamización del producto Turístico Axarquía.

**D. Antonio Cuñado Bernal**, Técnico de Turismo de la Diputación de Málaga.

**D. Juan José Ríos**, Responsable de Turismo y Comercio de la Cámara de Comercio.

**D. José Gutiérrez**, Director de CIOMIJAS.

**D. Miguel Ángel González Rodríguez**, Presidente de la Asociación TURIMA (Asociación de Turismo Rural del Interior de Málaga)

**D<sup>a</sup> Yolanda de Aguilar**, Directora General del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

**D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Carmen García Peña**, Secretaria de Fundación CIEDES y Coordinadora del Plan Estratégico de Málaga.

**D. Luis Pérez Gascón**, Vicepresidente Ejecutivo – Secretario General de AEDAV – ANDALUCÍA (Asociación Empresarial de Agencias de Viajes).

**D. Jorge Lemos Soria**, Secretario de Skal Marbella.

**D. Francisco Javier González**, Director de la Unidad de Planificación Estratégica de la Diputación de Málaga.

**D,<sup>a</sup> María del Mar González Vera**, Coordinadora de Gestión y Relaciones de la Asociación MADECA.

**D<sup>a</sup> Elena de la Huerga Molina**, Técnica de Proyectos de la Asociación MADECA.

## **ORDEN DEL DÍA**

### **Inauguración de la mesa.**

D. Vicente Seguí, gerente de MADECA, da comienzo a la reunión agradeciendo la asistencia al Presidente de la Mesa, el Delegado Provincial de Turismo D. Antonio Souvirón, así como a todos los invitados, informando sobre la dinámica del foro y presentando al ponente quién ha redactado el informe en torno al cual va a girar el debate.

D. Francisco González Fajardo, director del Plan Estratégico de la provincia de Málaga, comenta esquemáticamente las partes en las que se divide el Plan Estratégico de la provincia para encuadrar a las personas que asisten en situación y recalca el objetivo de esta mesa sectorial que es valorar la opinión de las personas expertas en cuanto al contenido del informe así como otras consideraciones.

D. Antonio Souvirón, Delegado Provincial de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía y Presidente de la Mesa comienza agradeciendo la asistencia de los participantes y felicita el contenido del informe así como la iniciativa por parte de la Asociación MADECA de elaborar un Plan Estratégico de la Provincia de Málaga, y termina dando paso al ponente D. Pedro Raya.

### **Presentación de los retos y estrategias recogidas en el Dictamen de Turismo.**

D. Pedro Raya, autor del Dictamen de Turismo, comenta algunas conclusiones relevantes extraídas del informe, que caracterizan el panorama del sector turístico en la provincia de Málaga y los principales retos para el sector que se muestran a continuación en una tabla resumen.

### **RETOS DEL SECTOR TURÍSTICO EN GENERAL**

- Calidad del destino y de los servicios de las empresas turísticas.
- Configurar nuevos productos turísticos en función de las tendencias actuales y futuras de la demanda.
- Diversificación de la oferta turística.
- Ampliación de la oferta complementaria y de ocio.
- Sostenibilidad.
- Aumentar la eficiencia de la promoción y adecuar la comercialización.
- Incorporar las nuevas tecnologías en todas las fases de la producción y comercialización de los productos turísticos.
- Reforzar la competitividad de las empresas turísticas.
- Mejorar el conocimiento de los mercados turísticos y de las nuevas tendencias de la demanda.
- Mantener la cuota de mercado y aumentar la fidelización de la demanda turística actual.
- Plantear nuevas estrategias para corregir la alta estacionalidad.
- Reforzar las actuaciones en el campo de la formación continua.
- Adecuar y perfeccionar las competencias profesionales de los titulados universitarios vinculados con el turismo.
- Estimular la actitud emprendedora y fomentar la actividad en destinos turísticos poco desarrollados y con altas potencialidades.
- Potenciar el desarrollo de turismos específicos: golf, turismo náutico, turismo en entornos naturales, turismo rural y activo, y de salud y bienestar.
- Incrementar la rentabilidad de las infraestructuras públicas y privadas vinculadas al turismo de reuniones, congresos e incentivos.
- Potenciar nuevos destinos culturales y de ciudad.

### **RETOS DEL LITORAL DE LA COSTA DEL SOL**

- Mantener posicionamiento de liderazgo en el segmento de sol y playa.
- Adaptación a las nuevas pautas de la demanda.
- Aumento de la calidad y la competitividad de la oferta

### **RETOS DEL INTERIOR DE LA PROVINCIA**

- Consolidación de la actividad turística en consonancia con las potencialidades de manera que el desarrollo turístico pueda contribuir a la diversificación de las economías locales y refuerce el crecimiento económico.

## **Ronda de Intervenciones de los/las expertos/as asistentes a la Mesa.**

---

*D. Carlos Vasserot, Área de Turismo de la Diputación de Málaga.*

Dada su experiencia en la gestión de planes de dinamización turística en algunas comarcas de la provincia, señala que la clave para el desarrollo del turismo de interior en la provincia es **conectar todos los recursos turísticos** de una comarca, culturales, ambientales, gastronómicos... que compondrán una amplia oferta de productos turísticos y que luego se promocionan en las redes sociales.

*D<sup>a</sup>. M. Carmen García Peña, Secretaria de Fundación CIEDES y Coordinadora del Plan Estratégico de Málaga.*

Pone de manifiesto el análisis detallado que el informe hace sobre la situación actual del sector, a la vez que le llama la atención el dato que revela un gasto medio del turista en Málaga menor que en el resto de provincias andaluzas.

Por su parte, incide en la **promoción**, con especial atención a los mercados emergentes como China y los países del Este, así como en la **calidad y la excelencia** de la oferta. Además de continuar con actuaciones ya existentes como el plan Qualifica, señala la importancia de **medir con bastante frecuencia la percepción** que los turistas poseen del destino y de los servicios prestados.

Destaca la posibilidad de **captación de un tipo de turista joven de clase media-alta** a través del **uso de las nuevas tecnologías**, actuando en nuevos canales de promoción como Facebook y Twitter.

En cuanto al **turismo de cruceros**, señala la importancia de la existencia de una **amplia oferta complementaria** de modo que este tipo de turista se sienta tan atraído que no decida escapar a otros destinos cercanos como Granada o Córdoba.

*Miguel Ángel Báez, Gerente del Consorcio Qualifica.*

Aunque el turismo no debe entenderse como base del desarrollo económico de la provincia, sí que puede ser un **eje dinamizador claro**, un elemento de **unión, coordinación y sinergia** que deberían tener en cuenta las diferentes comarcas y territorios.

En cuanto al **gasto del turista**, opina que éste va en **relación proporcional al grado de especificidad y calidad del servicio** prestado, gastando por tanto el turista en aquellos servicios que aprecia son exclusivos y de calidad.

En este sentido, señala que uno de los potenciales de la provincia es la **diversidad y la especificidad de nuestros territorios**, dotados de unos valores culturales y medioambientales entre otros, capaces de conformar un producto turístico único y auténtico, sostenible en el tiempo, sin que su explotación signifique la alteración de dichos elementos culturales.

Uno de los aspectos claves sería elaborar un plan de actuación para cada territorio teniendo en cuenta las especificidades de cada uno, siendo una única entidad la que ejerza el liderazgo de esa gestión basada en la unión de intereses y en términos de **cooperación, interlocución y ejecución**.

*D. Israel Benjumeda Herreros, Gerente de Ismalar Viajes.*

Aunque pone de manifiesto el interés del informe, apunta la necesidad de comentar algunos efectos negativos que el turismo ha tenido en la provincia como una

**disminución de la calidad**, como consecuencia de la dependencia por parte de establecimientos hoteleros de touroperadores que imponen precios muy bajos, lo cual contrasta con un **aumento general de los precios** en la provincia.

Según su opinión, todo esto unido a la **masificación del litoral** de la Costa del Sol en los meses de verano, puede ser la causa de un mayor gasto del turista en el interior de la provincia que en el litoral.

Además, incide en la dificultad del emprendedor de crear negocio en el interior de la provincia debido, entre otros, a **la poca frecuencia y las condiciones del transporte público** que conecta con estos territorios.

En general, demanda un **mayor apoyo y atención a las PYMES Turísticas** y potenciar y diversificar la movilidad sostenible, en términos de mejora del transporte público.

*D. Pedro Raya, Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Málaga.*

En respuesta a la anterior intervención, el ponente remarca el **carácter sectorial del informe**, por lo que las cuestiones sobre transporte público son competencia de otros ministerios, consejerías, con lo cual no pueden ser contempladas por las políticas turísticas.

*D. Luis González, Decano de la Facultad de Turismo de Málaga.*

A su juicio, se hace necesario un nuevo modelo de gestión basado en el **pacto político**, en la **interconexión** de lo existente con el conocimiento y la experiencia, al mismo tiempo que se incluye el **contenido científico-tecnológico**. De este modo, tenemos que tener gestores del turismo con conocimiento y con capacidad de toma de decisiones, que se apoye en el uso de las tecnologías para poseer en todo momento de información sobre el perfil del visitante y su valoración, para redefinir actuaciones al más mínimo cambio en las tendencias.

Además, aboga por un pacto entre entes públicos y privados, teniendo en cuenta siempre a la Universidad.

Con el fin de llegar a una colaboración público-privada y como Decano de la Facultad de Turismo de Málaga, ofrece la Facultad para cualquier debate que se quiera llevar a cabo entre agentes turísticos sobre el nuevo modelo de gestión turística.

*D. Antonio Guevara Plaza, Vicedecano de la Facultad de Turismo.*

A su modo de ver, nos empeñamos en hablar de incorporar las nuevas tecnologías cuando éstas ya están incorporadas. El problema es el desconocimiento por parte de directores/gerentes de las potencialidades de dichas tecnologías.

Según su opinión, se hace necesario la **integración o interoperabilidad de las tecnologías**. Desde su punto de vista se podrían utilizar, por ejemplo, para organizar toda la información existente sobre los territorios y los servicios que se ofrecen, de forma que resulte más fácil el manejo de esa información por parte de visitantes y agentes turísticos.

*D<sup>a</sup>. Yolanda Aguilar, Gerente del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.*

Se muestra de acuerdo con D. Luis González, D. Antonio Guevara y D. Carlos Vasserot.

Además, se muestra partidaria de apostar por el **conocimiento**. De este modo, la Administración se debe apoyar en todo momento en la Universidad y trabajar conjuntamente con las Cámaras de Comercio.

Destaca la **relevancia del Turismo de congresos y de eventos** que genera unos ingresos mayores que otro tipo de turismo, es el que mayor crecimiento presenta en términos relativos, y además contribuye a disminuir la estacionalidad.

En este sentido, pone de manifiesto que el turismo urbano existente en otros núcleos no se interconecta con este tipo de turismo que tantos beneficios presenta.

*D. Enrique Navarro, Profesor del Departamento de Geografía de la UMA.*

Resalta los siguientes puntos:

- Resaltar los aspectos positivos pero controlando siempre los negativos.
- Controlar determinada parte de la oferta turística no reglada.
- Definir planes de futuro teniendo en cuenta la experiencia pasada.

Como soluciones, apunta:

- La creación de **nuevos productos y clubs de productos turísticos**. En este sentido pone de manifiesto la cantidad de nexos de conexión que el interior de la provincia presenta, para los que se pueden plantear varios clubs de productos turísticos.
- Incluir en los planes turísticos **medidas contra el cambio climático** como por ejemplo impulsar el transporte eléctrico. En este sentido cita el caso de Playa de Palma.
- Nuevas formas de **colaboración público – privada**, poniendo de ejemplo el Consorcio de la Costa del Sol.

*D. José Luis Córdoba Leiva, Director de Andalucía Lab.*

Desde su experiencia en el Centro de Innovación Turística, comenta la necesidad de **integrar las nuevas tecnologías** para adaptarse a las nuevas formas de comercialización.

Además, revela que Andalucía Lab, como centro de innovación turística, ofrece ayuda a las Pymes y micropymes turísticas para diseñar acciones que mejoren la innovación.

*D. Juan José Ríos, Responsable del Departamento de Turismo y Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Málaga.*

Desde la Cámara están apostando fuerte por la **interoperabilidad y la coordinación**., muestra de ello son los convenios de colaboración que mantienen con algunos organismos e instituciones, como por ejemplo con “Málaga de Picasso” para la promoción de Málaga en otros segmentos diferentes al de sol y playa.

A su modo de ver, habría que tener en cuenta la posibilidad de **colaborar con otros países**.

*D. Israel Benjumeda Herreros, Director Gerente de Ismalar Viajes.*

Con respecto al proyecto de Playa de Palma que ha mencionado D. Enrique Navarro, apunta que quizás se debiera tomar ejemplo y se debiera empezar con una reestructuración del modelo turístico.

*D. Pedro Raya*

Para finalizar, el ponente resume que las cuestiones primarias son **aumentar la calidad de la oferta y una mayor coordinación entre las Administraciones** en cuanto a políticas turísticas.

En cuanto a lo que el informe se refiere, remarca el carácter sectorial del mismo, de ahí la deficiencia en asuntos territoriales o relacionados con las infraestructuras.

*D. Vicente Seguí, Gerente de la Asociación MADECA.*

Concluye afirmando que la mayoría de paneles celebrados para el II Panel Estratégico de la provincia de Málaga inciden en cuestiones similares, el interconectar lo existente y la coordinación, por ello invita a la reflexión sobre cómo articular esa coordinación y dejar de lado definitivamente el individualismo.

Da por finalizado el debate, agradece a los invitados la asistencia y se excusa por no haber podido incidir más en algunos puntos por la falta de tiempo

#### **Observaciones:**

*D. Miguel Ángel González Rodríguez, Presidente de TURIMA (Asociación de Turismo Rural del Interior de Málaga).*

Destaca la importancia de la unión de los empresarios del interior de la provincia con los organismos oficiales, así como la fuente de gestión.

*D. Juan Luis Tejedor Huerta, Administrador de H.T. Consultores.*

Manifiesta la necesidad de realizar un estudio de la capacidad de carga en los destinos.

*D. Jorge Lemos Soria, Secretario de Skal Internacional de Marbella.*

Con respecto a la interrelación de destinos, ofertas complementarias e interoperatividad de la que se ha hablado en el panel, quiere transmitir la experiencia de la Fundación Skal Marbella, que gracias al trabajo conjunto con empresarios de Marbella y de la Sierra de las Nieves, y con otras instituciones por promover una oferta turística conjunta y complementaria de litoral y sierra han conseguido ganar uno de los Premios Ecoturismo instituidos por Skal Internacional que resaltan las mejores prácticas medioambientales del mundo en la industria del Turismo.