

SEGITTUR
turismo e innovación

*Europa, primer destino turístico del mundo,
un nuevo marco político para el turismo
europeo*

Carlos Romero Dexeus
Director de Investigación, Desarrollo e Innovación

Twitter: @carlosromerodex

CULTURA Y TURISMO, Cartagena, 3 de julio de 2012



Políticas europeas: el turismo sector estratégico en la nueva Estrategia Europea 2020

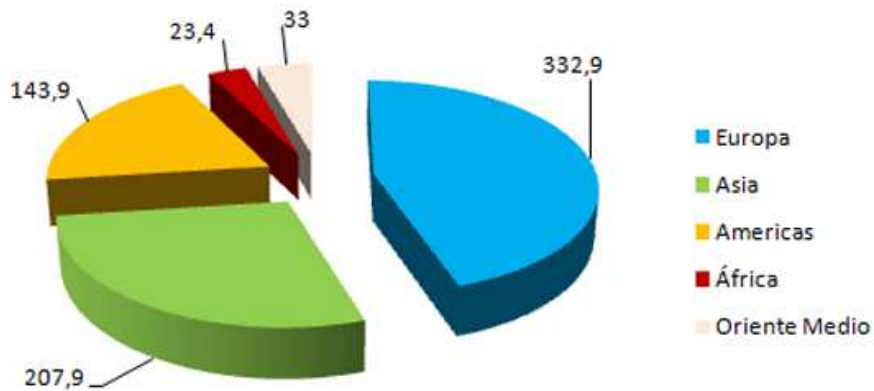
¿Por qué es estratégico el turismo desde la perspectiva europea?

Supone la tercera actividad económica de la UE, con más de 2 millones de empresas, cerca de 10 millones de trabajadores, representa el 5% del PIB europeo, la UE es

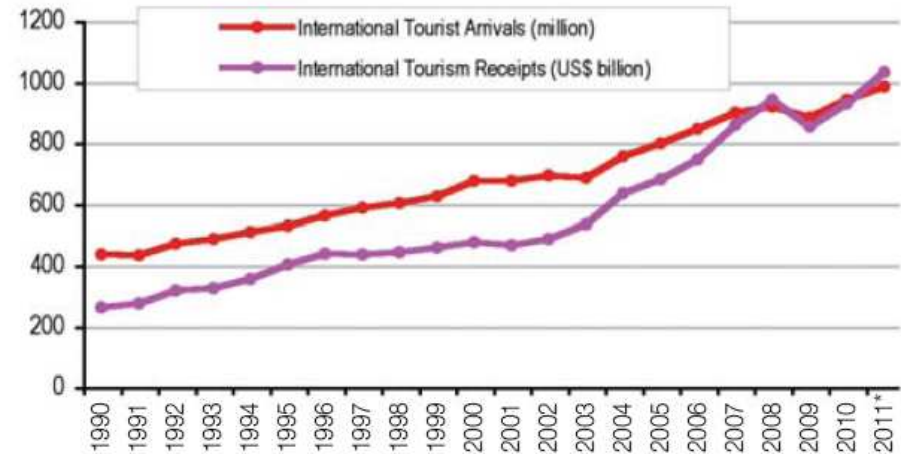
EL PRIMER DESTINO TURÍSTICO MUNDIAL...

1. Importancia económica

International Tourism Receipts (2011)



Inbound Tourism 1990-2011



504 millones de llegadas internacionales (51%) y un incremento porcentual del 6%, Sitúan a Europa como uno de los destinos líderes del mundo.

Europa ostenta la mayor cuota de ingresos por turismo internacional, 333 millones de euros, (45% de la cuota total)

La Estrategia de Lisboa (marzo 2000)

El turismo como “factor de crecimiento y de creación de empleo en Europa”

*Título XXII, Artículo 195, El Tratado de Lisboa
(diciembre 2007)*

*Otorga por primera vez
competencias a la UE en
materia turística*

La Estrategia Europa 2020 (Unión por la innovación)

*Reto: un nuevo impulso para
Europa a través del
“crecimiento inteligente”*

La Estrategia Europa 2020 (Unión por la innovación)

*“Crecimiento inteligente”
entendido como el desarrollo de
una economía basada en el
conocimiento y la innovación de
la mano de las nuevas
tecnologías.*

La Estrategia Europa 2020 (Unión por la innovación)

*Objetivo: reforzar la
competitividad del sector
turístico a nivel europeo*

El Nuevo Marco Europeo de la Política Turística (2010)

Ejes:

*competitividad, sostenibilidad,
calidad y desarrollo del
turismo europeo*

El Nuevo Marco Europeo de la Política Turística (2010)

Palancas:

*Investigación, desarrollo, innovación
y promoción de nuevas tecnologías
especialmente entre las pymes*

Los programas para financiar las palancas del cambio (2007-2013)

Programas:

FP7 (Programa Marco),

CIP (Programa de Competitividad e Innovación),

Instituto Europeo para la innovación y la tecnología

Fondos de Cohesión

*Los programas para financiar las palancas del cambio
(2007-2013)*

FP7 (Programa Marco): (50MIL M€)

Cooperación

Ideas

Personas

Capacidades

Acciones directas

Los programas para financiar las palancas del cambio (2007-2013)

*CIP (Programa de Competitividad e
Innovación): (3,6MIL M€)*

Programa de innovación y emprendedores

Programa de tecnologías TIC

Programa de energía inteligente

*Los programas para financiar las palancas del cambio
(2007-2013)*

*Instituto Europeo para la innovación y la
tecnología: (0,3MIL M€)*

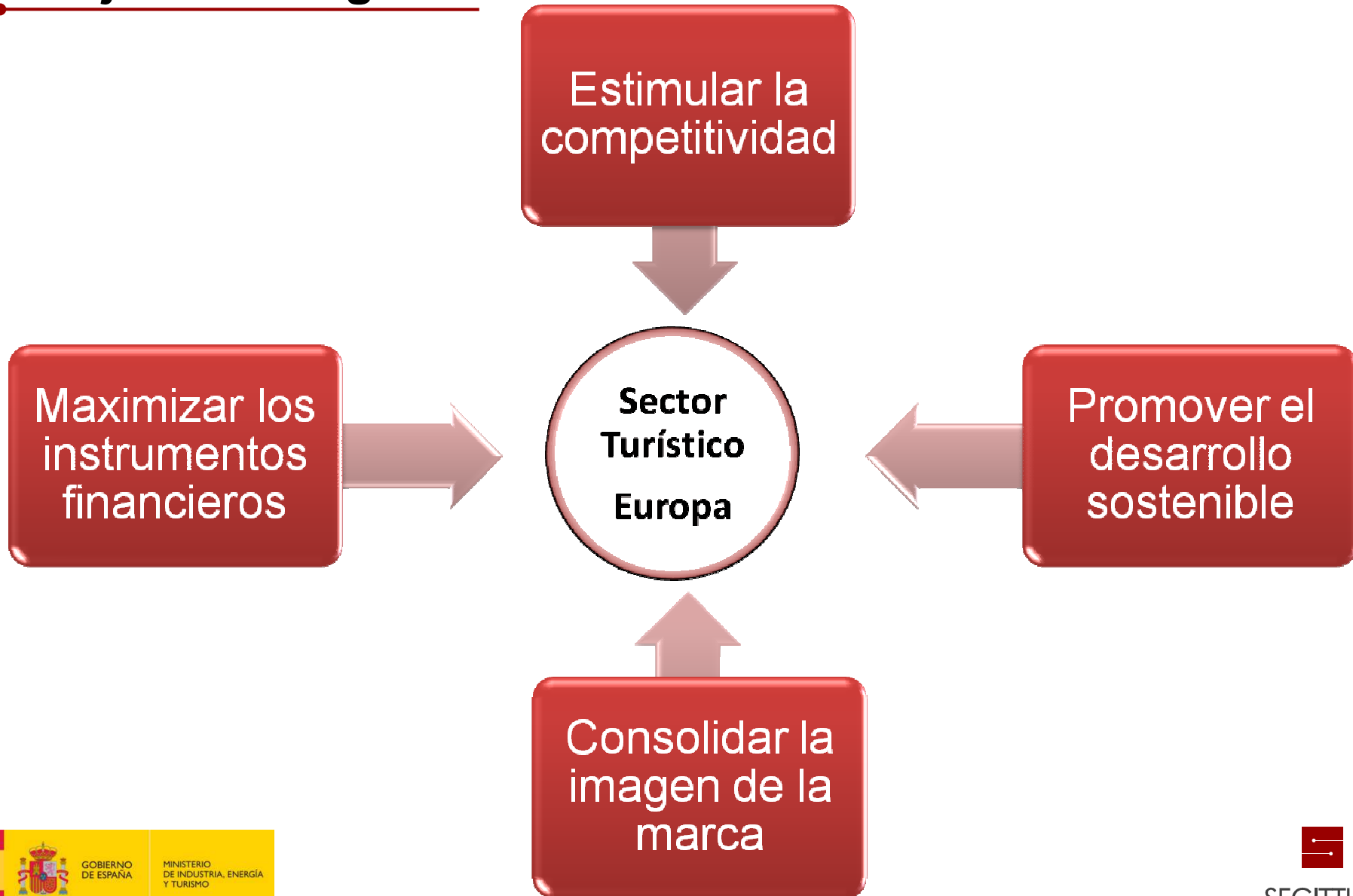
Los programas para financiar las palancas del cambio (2007-2013)

Fondos de Cohesión: (347MIL M€)

*Fondos estructurales: FEDER (198Mil M€) y Fondo
Social Europeo (78Mil M€)*

Fondo de Cohesión (70Mil M€)

2. Ejes Estratégicos



2. Fomentar la Competitividad



Diversificar la oferta turística

- Turismo cultural: Itinerarios ciclo turísticos, rutas de peregrinación
- Sello del Patrimonio Europeo
- Jornadas Europeas del Patrimonio
- Premio de la Unión Europea al Patrimonio Cultural



Desarrollar la Innovación en la industria turística

- Plataforma TIC y Turismo para adaptar el sector turístico a las nuevas tecnologías
- Aplicación de la Directiva sobre el comercio electrónico



Mejorar las competencias profesionales

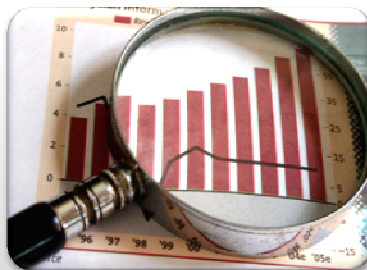
- Promoción de los distintos programas de la UE: “Leonardo”, “el Programa Marco para la Competitividad y la Innovación” (PCI), con sus subprogramas (Erasmus para Jóvenes Empresarios y “Competencias Electrónicas para la Innovación”)

2. Fomentar la Competitividad



Fomentar la prolongación de la oferta turística

- Intercambios Turísticos voluntarios entre Estados Miembros que facilite el viaje durante la temporada baja a grupos clave: Jóvenes, personas mayores, personas con movilidad reducida y familias con renta baja.
- Intercambio de información para coordinar las vacaciones escolares entre los Estados Miembros.



Consolidar la base de conocimientos socioeconómicos

- “Cuadros de Indicadores de los Mercados de Consumo”: Medida de la satisfacción de los consumidores europeos en relación con los servicios turísticos: transporte, alquiler, alojamientos y circuitos combinados.
- En Red: universidades, los observatorios, autoridades regionales y nacionales y las oficinas de turismo
- “Observatorio Virtual de Turismo” para coordinar en red la investigación y proporcionar datos socioeconómicos sobre el turismo

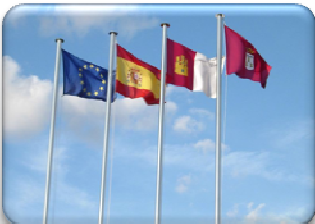
3. Promover el desarrollo de un turismo sostenible



Elaborar un Sistema de indicadores para la gestión sostenible de los destinos, sobre la base de NECSTouR y EDEN.

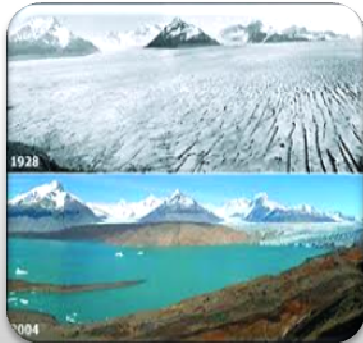


Campañas de sensibilización relativas a la elección de los destinos, el transporte y las relaciones con la población local



Marca europea “Turismo de Calidad” sobre las experiencias existentes, para aumentar la confianza de los consumidores en los productos turísticos y recompensar la gestión eficiente de los profesionales del turismo

3. Promover el desarrollo de un turismo sostenible



Identificar por parte de la industria turística europea los riesgos relacionados con el cambio climático, para evitar inversiones que generen pérdidas y preparar ofertas turísticas alternativas



Proponer una carta de turismo sostenible y responsable y fijar un precio europeo para destinos y empresas que respeten los valores recogidos

3. Promover el desarrollo de un turismo sostenible



Promover una estrategia para un turismo costero y marítimo sostenible

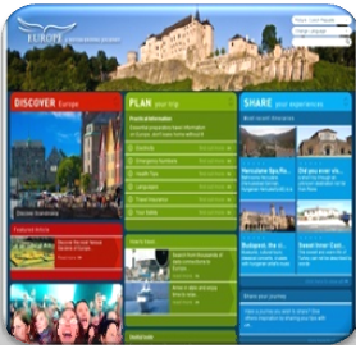


Reforzar la cooperación entre la Unión Europea, las economías emergentes (BRIC) y los países del Mediterráneo para promover modelos de desarrollo turismo responsable e intercambiar buenas prácticas

4. Consolidar la imagen de la marca Europa



Crear una verdadera “marca europa” que complete los esfuerzos de promoción a nivel nacional y fomente la diferenciación de los destinos europeos respecto a los demás destinos internacionales



Promover el portal “visiteurope.com” para aumentar el atractivo de Europa como conjunto de destinos sostenibles y de calidad

4. Consolidar la imagen de la marca Europa



Favorecer la realización de acciones comunes de promoción en acontecimientos internacionales, en las ferias y en salones de turísticos importantes



Reforzar la participación de la Unión Europea en los foros internacionales, en particular en el contexto de la OMT, la OCDE, el T20 y EuroMed

4. Maximizar el potencial de instrumentos financieros



Política del mercado interior

La Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (12-12-2006), permitirá simplificar los procedimientos de los prestadores de servicios del sector turístico y eliminar obstáculos jurídicos y administrativos



Importancia del turismo marítimo y costero

- La comisión reconoce la importancia de este tipo de turismo.
- La diversificación económica representa una prioridad para muchas zonas costeras en las que el declive de las actividades de pesca y construcción naval han aumentado el desempleo.
- Apoyo del Fondo Europeo de Pesca (FEP)
- Análisis del potencial de la industria náutica y de recreo para el crecimiento económico

4. Maximizar el potencial de instrumentos financieros



Política de desarrollo rural de la UE

A través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), la Comisión puede apoyar la creación de empresas activas en el turismo rural, el desarrollo y la promoción del agroturismo y la valorización del patrimonio cultural y natural de las regiones



Programa Marco para la Competitividad y la Innovación

- El PCI tiene una importancia especial para el turismo. Desde 2008 apoya la creación de redes europeas para un turismo competitivo y sostenible.

5. Conclusiones



- La política europea necesita un nuevo impulso



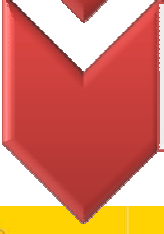
- Los agentes de la industria del turismo europeo deben unir esfuerzos y trabajar en un marco político consolidado.



- Las nuevas competencias de la UE definen un marco ambicioso para hacer del turismo europeo una industria competitiva y sostenible.



- La Comisión prevé iniciativas concretas para dar al sector los medios para adaptarse y desarrollarse.

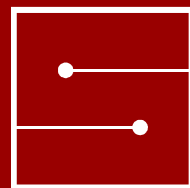


- El éxito de la estrategia dependerá del compromiso conjunto de las partes interesadas y de la capacidad para trabajar coordinadamente.

Graci

www.segittur.es
carlos.romero@segittur.es

as



SEGITTUR
turismo e innovación