

I SIMPOSIO ARGENTINO ESPAÑOL DE TURISMO

PARTE III, INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD EN DESTINOS, OFERTA
Y CADENA DE VALOR

LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

Josep-Francesc Valls

Catedrático Marketing ESADE Business School

director Aula Internacional Innovación Turística ESADECREAPOLIS

Buenos Aires, 13 diciembre 2016











Conducta de compra del turista actual y futuro. Data. *Analytics*. Algoritmos. Entorno competitivo

Innovación
USUAIA
CALVIÀ BEACH
COSTA BRAVA CENTRO
LA RIOJA APETECE

Consenso público-privado en base al partenariado, BID, + ciudadanos + turistas

LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

PROF- J-F. VALLS, 16

Distribución y comunicación turísticas: estrategia online +offline; web de destino B2B + B2C; club ocio y bienestar

Planificación estratégica público-privada: objetivos a partir de las capacidades, estrategia competitiva, FCE, VC

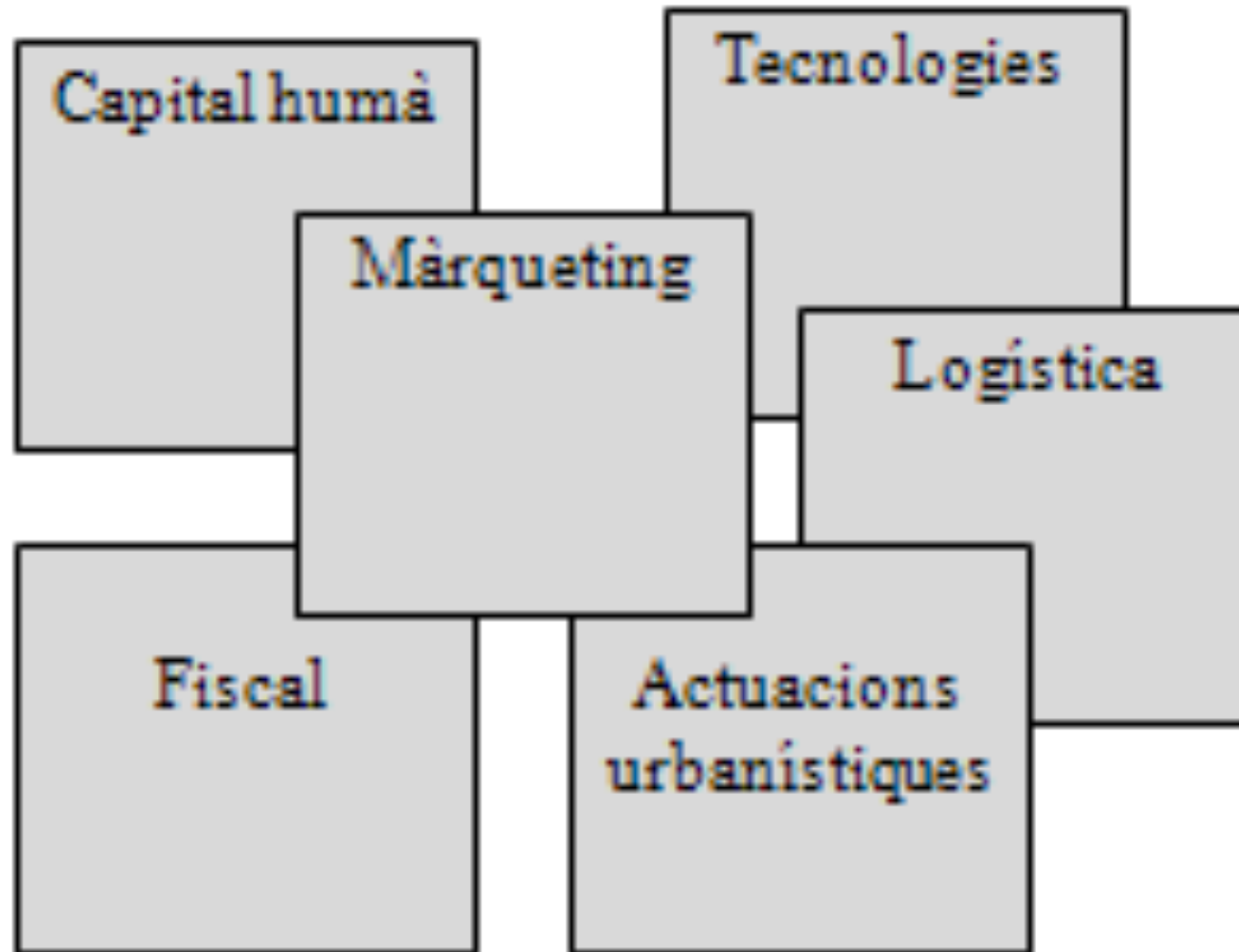
Propuesta de valor adaptada a cliente: producto sostenible; precio/valor; experiencia; hospitalidad; marca; infraestructuras; plan de inversiones público-privadas

Soportes: ente gestor del destino, Inteligencia de mercado, Marca, *Balance Score Card*



Segmentación (psicográfica), posicionamiento, reinvención de la cadena de valor

Planificación turística



Planificació turística



ESTADI BASE DE L'ORGANITZACIÓ

NIVELLS OPERATIUS	PLANIFICACIÓ RECURSOS	CREACIÓ DE PRODUCTE	COMERCIALITZACIÓ COMUNICACIÓ	ALTRES POLÍTIQUES ACTIVES
PLANIFICACIÓ ESTRATÉGICA				
VALORS LIDERATGE COHESIÓ				

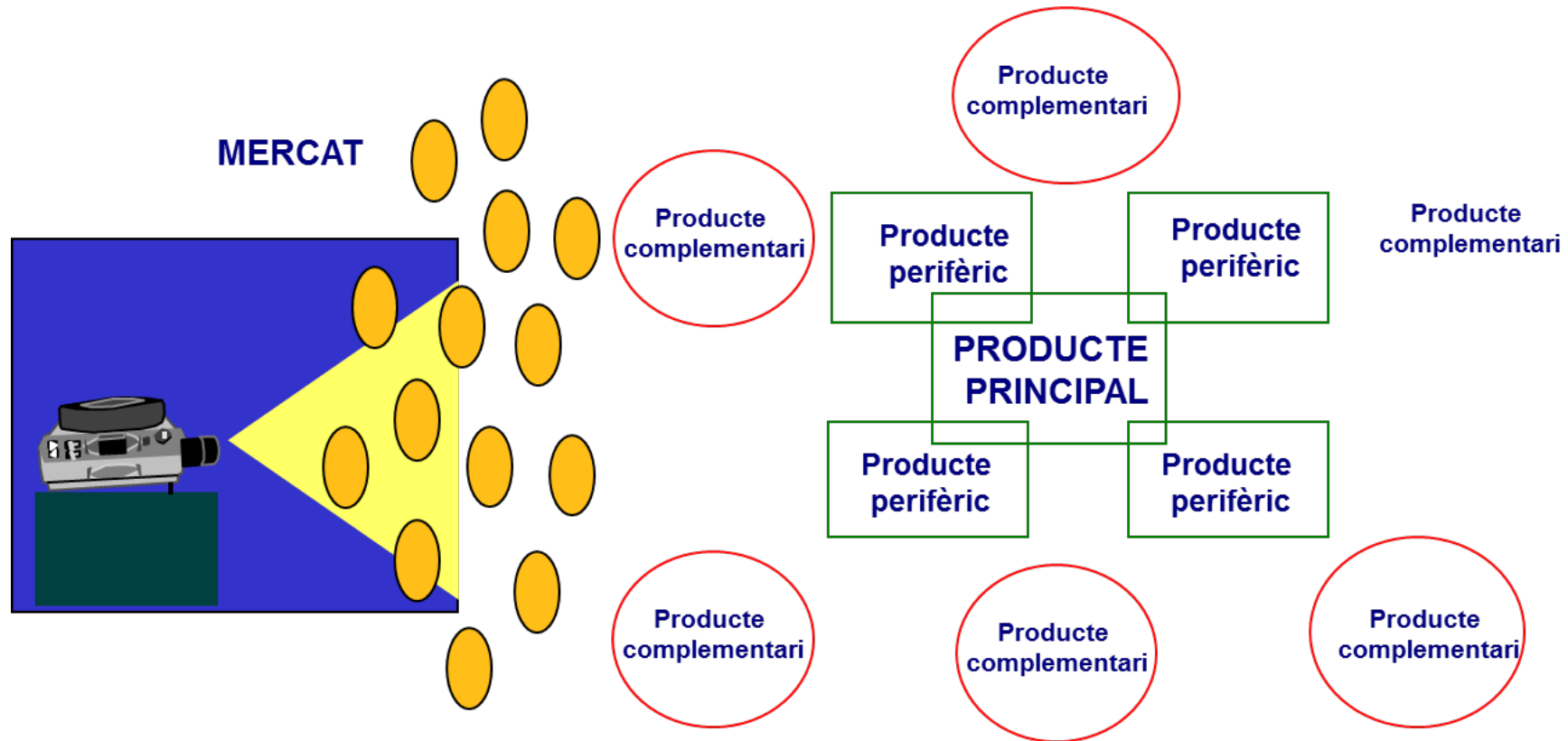
ESTADI MITJÀ DE L'ORGANITZACIÓ

	PLANIFICACIÓ RECURSOS	CREACIÓ DE PRODUCTE	COMERCIALITZACIÓ COMUNICACIÓ	ALTRES POLÍTIQUES ACTIVES
NIVELLS OPERATIU				
PLANIFICACIÓ ESTRATÉGICA				
VALORS	LIDERATGE	COHESIÓ		
NIVELL ESTRATÈGIC				

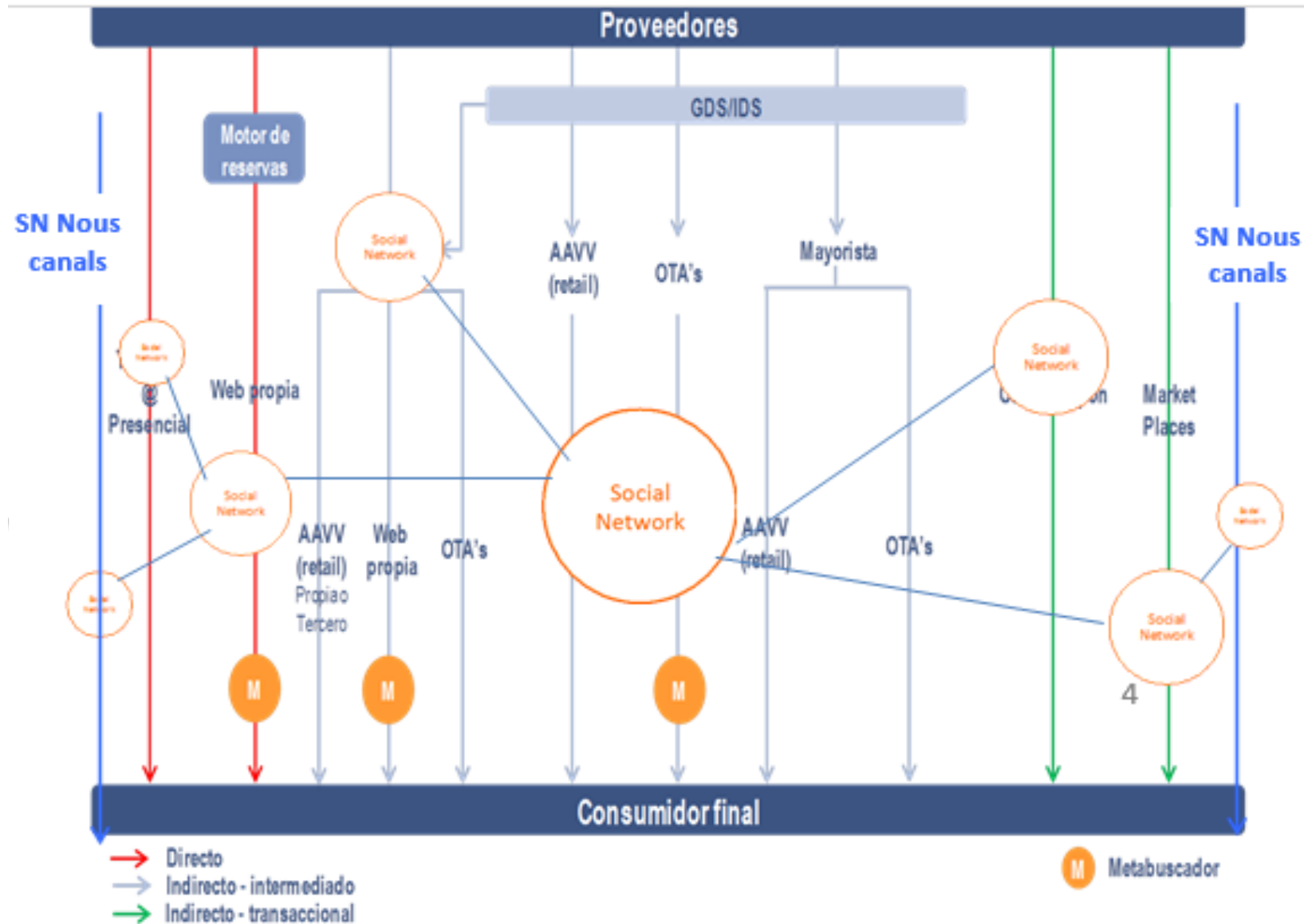
ESTADI SUPERIOR DE L'ORGANITZACIÓ



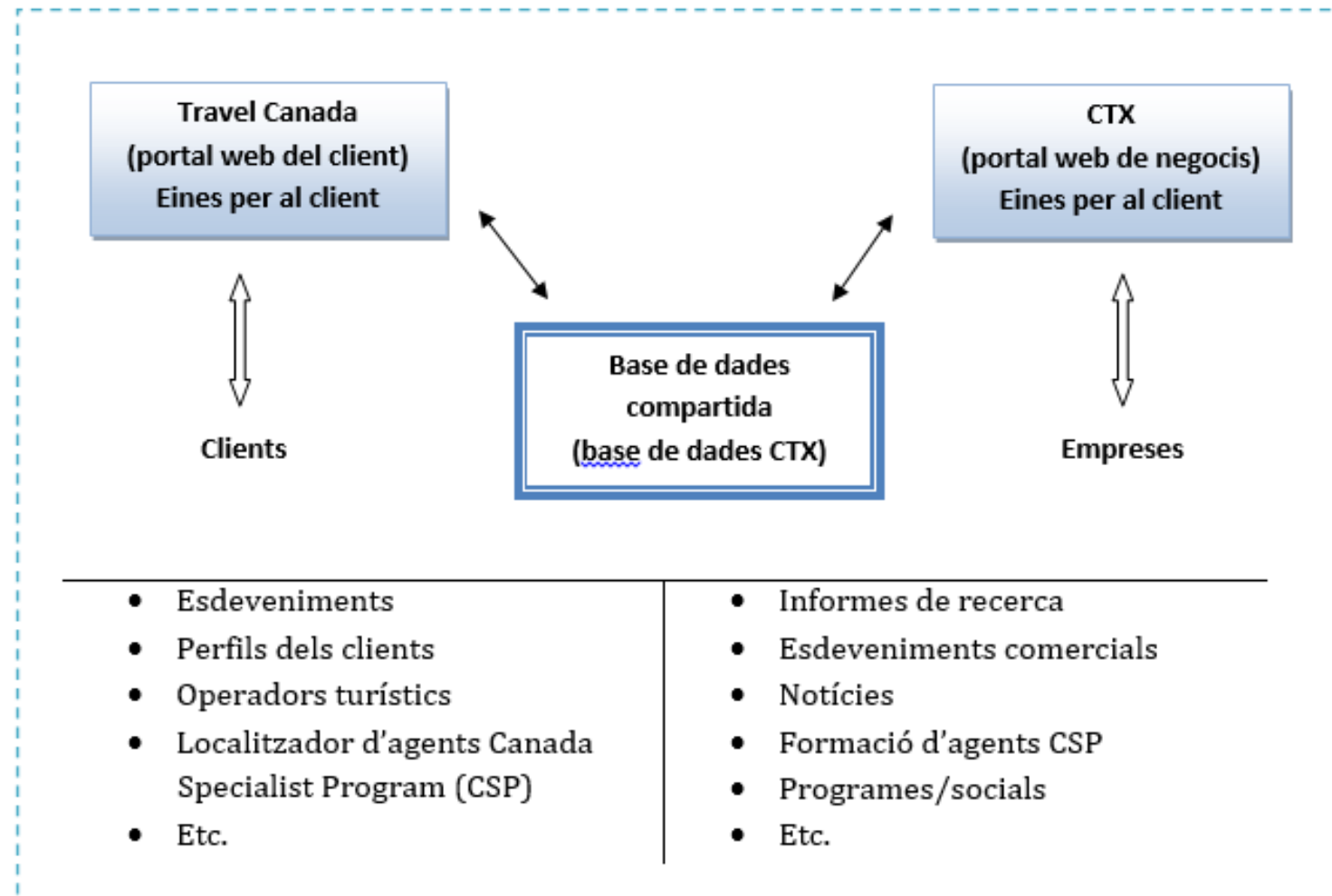
Estructura del destino turístico



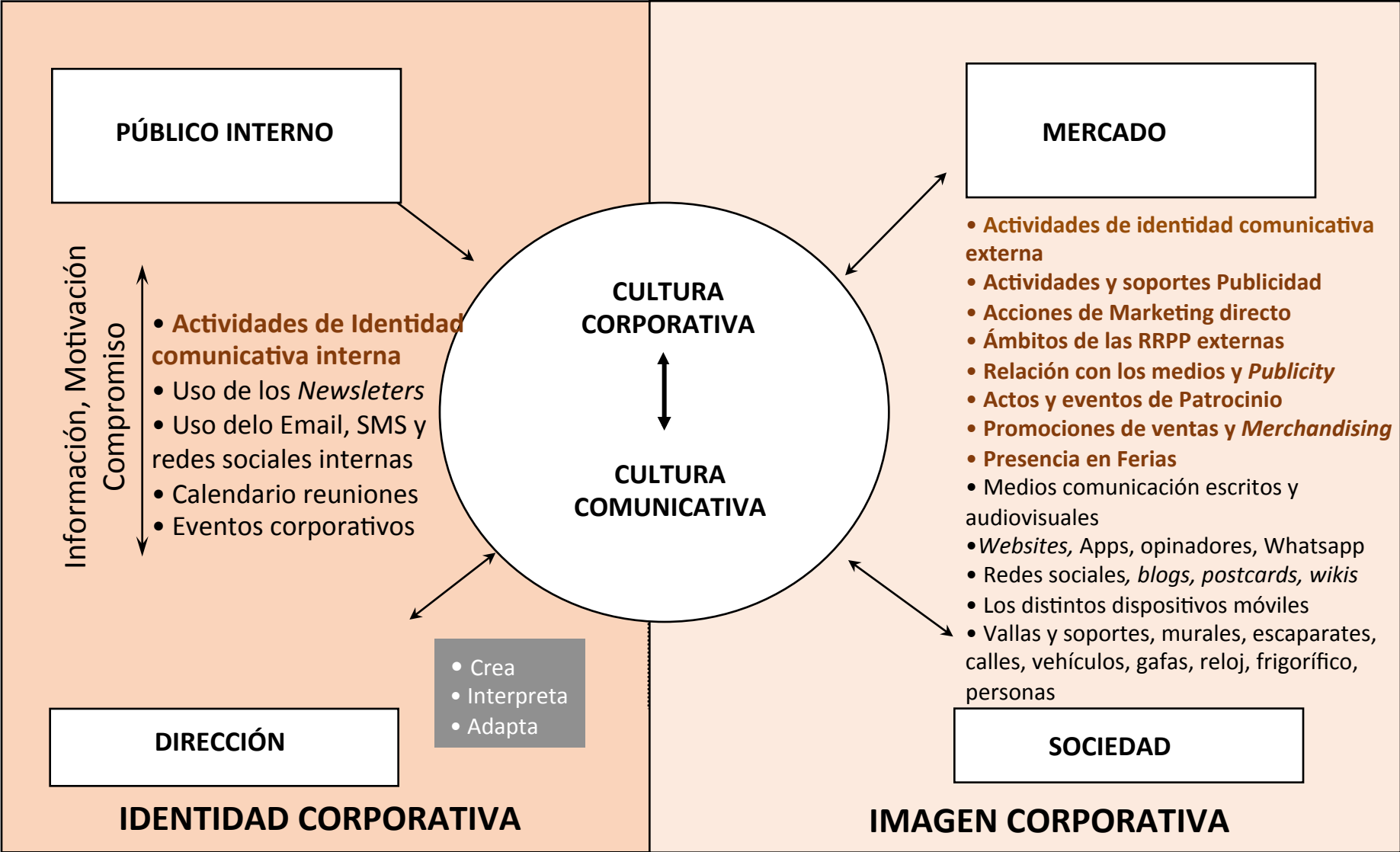
Comercialització turística



Portal Canadian Tourism Exchange



Escenari general de la comunicació





ONE-OF-A-KIND SETTING

- ✓ The Place To Be
- ✓ Exclusive, exhilarating, elite
- ✓ Meeting point of celebrities, Vips & clubbers
- ✓ A reference point under the brand Ibiza

AMAZING EVENTS

- ✓ Electronic music lovers' paradise
- ✓ Best daytime parties
- ✓ The most spectacular stage on the island
- ✓ Performances of world's best Djs
- ✓ State-of-art audiovisual production
- ✓ Incredible dance choreographies

THE USHUAÏA EXPERIENCE

The central logo for 'THE USHUAÏA EXPERIENCE' in a bold, black, sans-serif font, with a red hummingbird icon to the right of the word 'USHUAÏA'.

THE UNEXPECTED HOTEL

- ✓ Beachfront open air venue
- ✓ Modern and avant-garde design
- ✓ Unique & luxurious suites
- ✓ Latest technological gadgets and amenities
- ✓ Young, friendly and professional staff

IRRESISTIBLE USHUAÏA FLAVORS

- ✓ Five thematic restaurants: a gourmet variety for all palates
- ✓ Exclusive service with first class products



THE UNEXPECTED HOTEL A NEW CONCEPT

Ushuaïa Ibiza Beach Hotel consists of two adjoining lodgings: **The Ushuaïa Club**, featuring the amazing poolside stage, and to those looking for the Ushuaïa experience but with a little more exclusivity, **The Ushuaïa Tower**

This spectacular 8-storey building offers breathtaking views of the sea and the entire beach area, as well as the renowned shows at The Ushuaïa Club down below



THE HOTEL
THAT CHANGED IBIZA FOREVER.



Transformación e Innovación

Calvià Beach – Principales hitos

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017-18
 Proyecto de Interés Autonómico con el apoyo del Govern Balear y el Ayuntamiento de Calvià, con el liderazgo privado	Mejora de la playa y muelle de atención a yates Atracción de marcas internacionales de moda y restauración  Apertura Nikki Beach Mallorca	Gabriel Escarrer Jaume elegido Empresario del Año 	Nueva oferta de ocio  Sol Wave House Booking Award of Excellence & TripAdvisor Award of Excellence	Meliá Hotels International recibe el Premio Innovación (Capital) Sol Katmandu Park & Resort premiada una de las 100 Mejores Ideas en materia de innovación (Actualidad Económica) Reforma Avenida Magaluf	ME Mallorca & Sol Beach House Mallorca con Certificación Earthcheck y Green Leaders Silver, respectivamente Sol Katmandú Park & Resort reconocido Mejor hotel para viajar con niños (Trivago) 	Continuar con el impulso público-privado para la transformación global del destino 
 Lanzamiento del Proyecto Calvià Beach Resort 	Remodelación Sol Wave House & zona de ocio Primer centro de surf FlowBarrel de Europa  Conversión Mallorca Beach en Beach House Hotel	Joint Venture con Katmandu Group para crear el hotel Sol Magaluf Park & Katmandu Park  Renovación 2º Edificio Beach House	Rebranding Marca Sol Hotels & Resorts Renbranding y remodelación del Beach House Hotel a ME Mallorca  Alianza con Avenue Capital	 Joint Venture con Starwood Capital Group Renovación y rebranding del Sol House Mallorca, Barbados y Guadalupe	Reformas y rebranding: ▪ Meliá Calvià Beach ▪ Sol Palmanova – Mallorca ▪ Sol Beach House Mallorca  Derribo hotel Sol Jamaica	Finalización de las obras del Sol Jamaica  Apertura zona comercial para impulso de Calvià como zona de ocio diurna Finalización del proyecto

Melia Calvià Beach

Dar la vuelta a los procesos del ciclo...

- ✓ Mejora de la calidad hotelera con incremento en precios y ocupación
- ✓ Impulsar una nueva oferta de comercio y ocio
- ✓ Incremento de precios y ocupación
- ✓ Extensión de la temporada
- ✓ Actualización e innovación del producto
- ✓ Aumento del valor y liquidez de los activos
- ✓ Atracción de nuevos segmentos y mercados
- ✓ Captación de socios e inversores de referencia

...Corregir las consecuencias negativas del ciclo, con el apoyo público

- ✓ Consolidar un modelo de Gestión Urbana
- ✓ Mitigar o reducir la fragmentación de la propiedad
- ✓ Impulsar una estrategia turística clara y con visión a largo plazo
- ✓ Promover una oferta complementaria acorde al nuevo destino
- ✓ Adecuar las infraestructuras y urbanismo alineado al nuevo modelo turístico (playas, zonas peatonales, parques, etc.)
- ✓ Promover un desarrollo socioeconómico sostenible en la zona

De un vacacional maduro...



...A conceptos innovadores adaptándose a los nuevos perfiles de demanda y clientes



Transformación e Innovación

Calvià Beach – Entorno inmobiliario y consecuencias resultantes



Impactos del proyecto

(2015 vs 2011)

En los principales indicadores de negocio...

...impacto en la comunidad

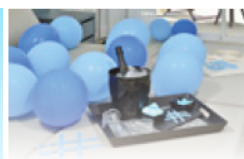


+66%
INGRESOS

+47%
COSTES SOCIALES



+175%
VENTAS MELIA.COM



+53%
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



+48%
INCREMENTO REVPAR

+92%
GENERACIÓN RIQUEZA PROVEEDORES



+82%
GOP HOTELES



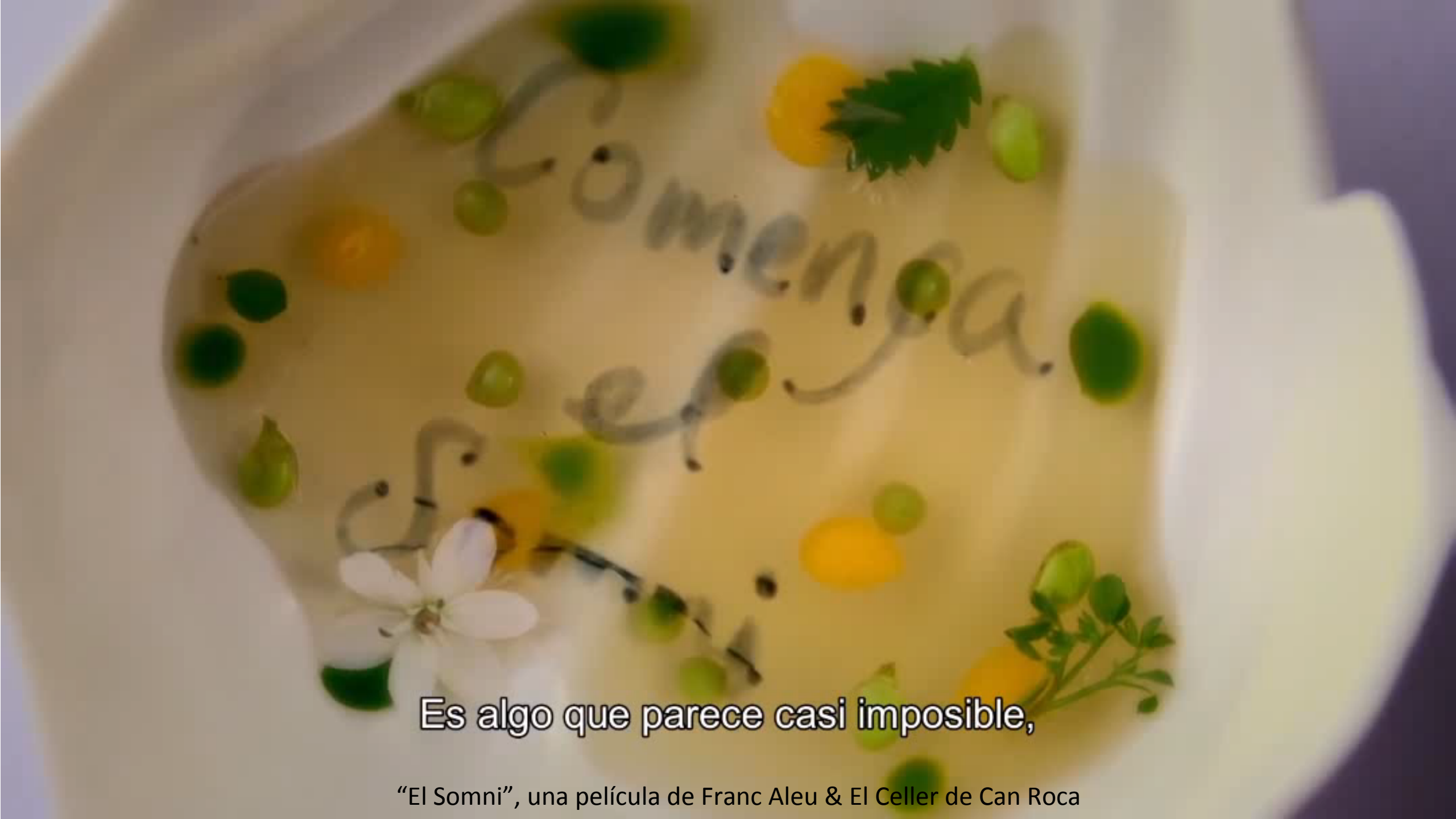
+18%
EXTENSIÓN TEMPORADA



+176%
EBITDAR

+27%
GENERACIÓN EMPLEO



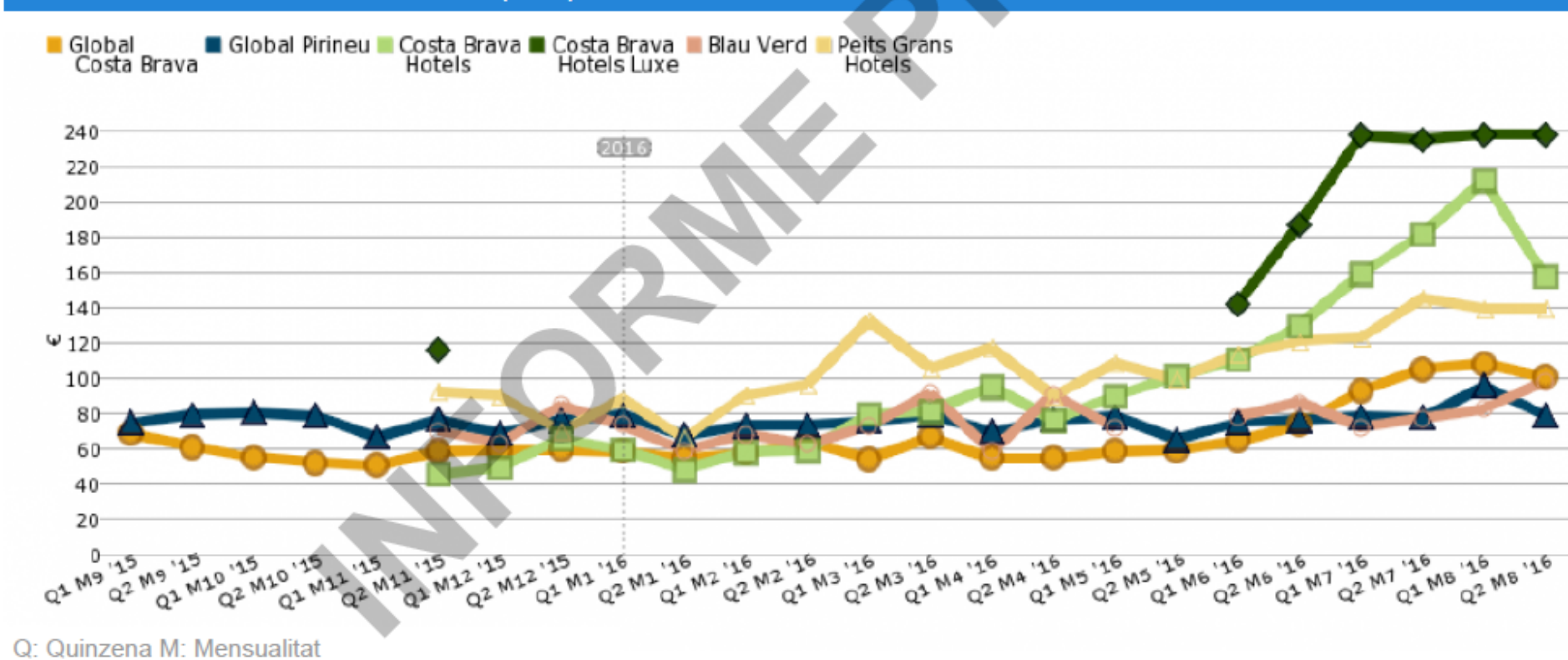


Es algo que parece casi imposible,

“El Somni”, una película de Franc Aleu & El Cellar de Can Roca

Grup Costa Brava Centre, preus agost 2016

Preu de comercialització habitació doble (hotel)

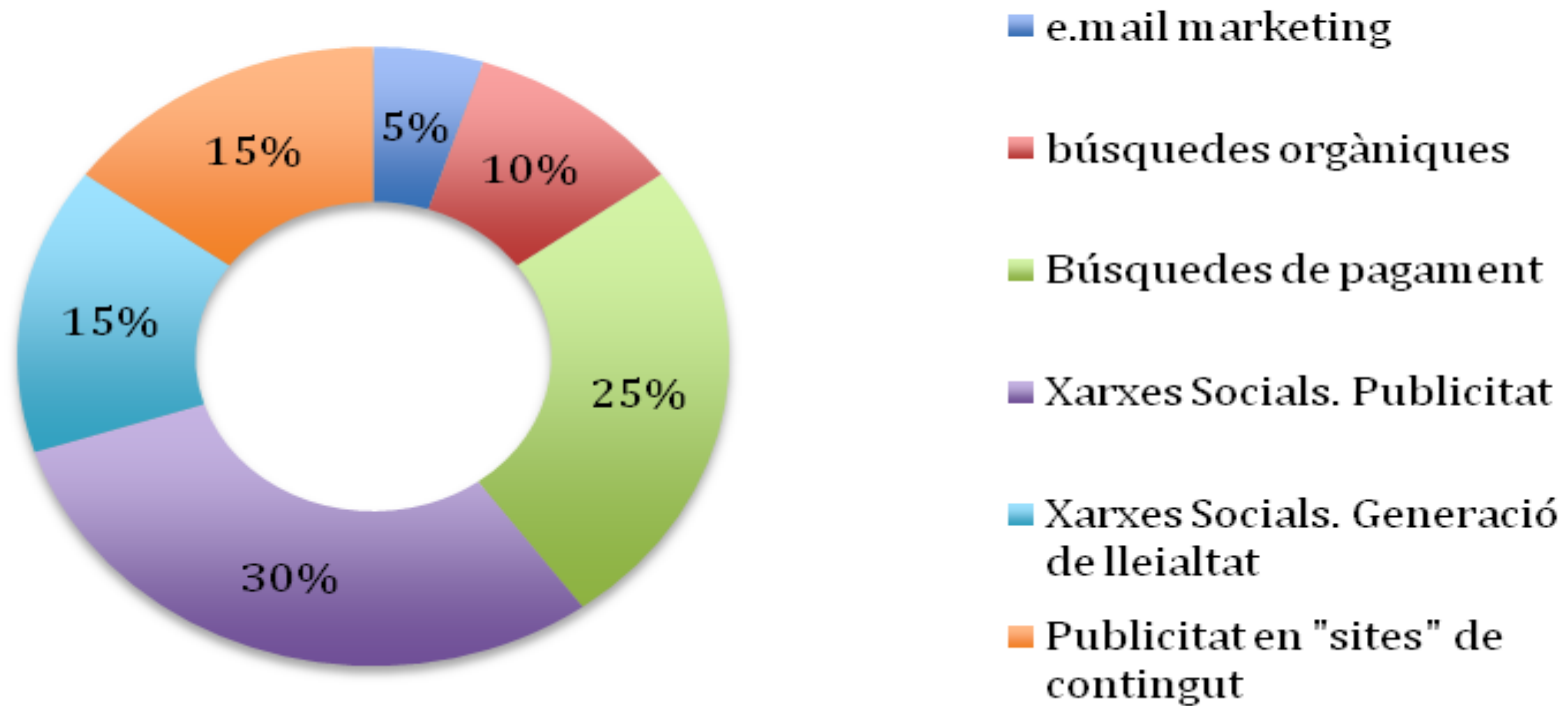


Experience Rioja, wine and art

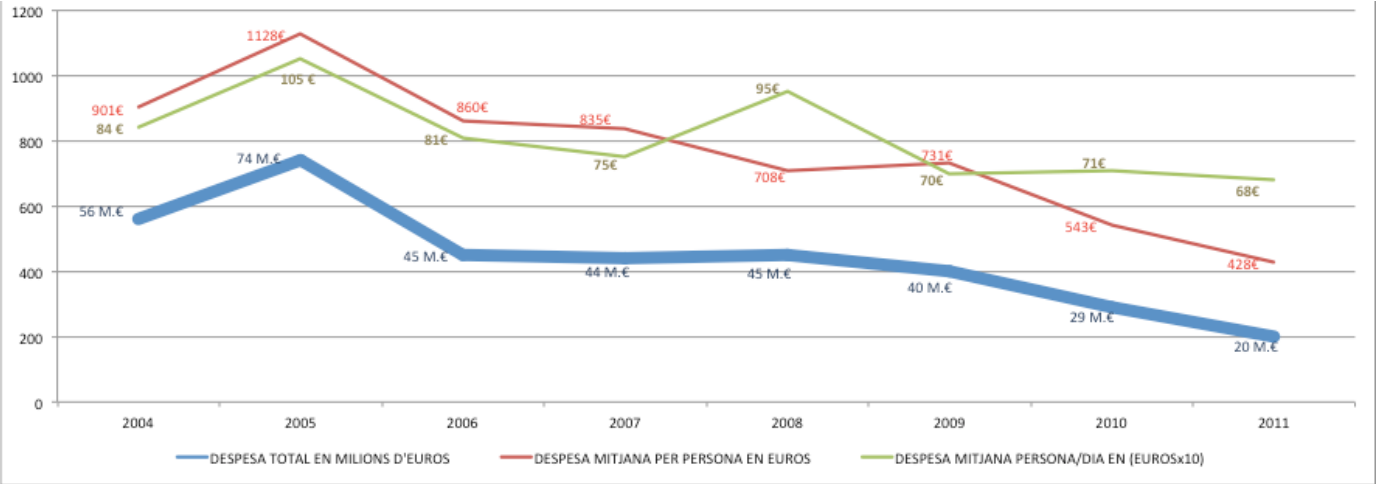


Repartiment del pressupost online de la campanya La Rioja Apetece

- 1,2 milions d'euros



Evolución turistas a La Rioja



Año	Pernoctaciones hoteleras españoles	Gasto promedio
2012	48.812	
2013	50.701	15% *
2014	52.382	12% *
2015	55.958	10% *
2016	55.540	8% *

Fuente: INE, Gasto turístico, sèrie 2004-2011; estimación propia a partir Oficina Turismo La Rioja

“Toda dificultad no eludida se convertirá tarde o temprano en un fantasma que perturbará nuestro reposo”

Frédéric Chopin (1810-1849) Pianista y compositor polaco

josepf.valls@esade.edu

I SIMPOSIO ARGENTINO ESPAÑOL DE TURISMO



PONENTES

ANTONIO NIETO MAGRO, subdirector general de Cooperación y Competitividad turística, Secretaría Estado Turismo España

XAVIER SUNYOL I FERRER, Responsable de Proyectos Estratégicos de Turisme de Barcelona, Ayuntamiento Barcelona

GONZALO ROBREDO, presidente Ente de Turismo Ciudad de Buenos Aires

CESAR MARIANO OVEJERO, Ministerio de Cultura y Turismo de Salta. Presidente Consejo Federal de Turismo de Argentina