

# CONCLUSIONES FINALES

## “INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: ANÁLISIS APLICADO A LA MANGA DEL MAR MENOR”

Cabo de Palos, 18 de noviembre de 2014

A continuación, se presentan las principales conclusiones de la jornada **“Innovación y Competitividad Turística: Análisis Aplicado a La Manga del Mar Menor”**, llevada a cabo en el marco del estudio del Plan Nacional de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico “Metodología, criterios y aplicaciones para la configuración de distritos o clusters en áreas turísticas consolidadas: innovación, complementariedad y competitividad territorial” (CSO2011-26396). Estas derivan del cuestionario realizado a empresarios turísticos, durante el verano de 2014, así como de la jornada de debate y las reflexiones allí planteadas.

Con el objeto de sistematizar la información, se han agrupados las conclusiones en torno a 5 bloques temáticos, que a su vez han sido transformados en matrices DAFO :

- Modelo turístico
- Competencia
- Gestión, promoción y marketing
- Colaboración empresarial
- Innovación

# 1. EL MODELO TURÍSTICO DE LA MANGA

	Su realidad: Fortalezas y debilidades	Su visión de futuro: Oportunidades y amenazas
Lo positivo	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Singularidad geográfica</li> <li>B. Existencia de recursos naturales de elevada potencialidad: el Mar Menor, el Mar Mediterráneo, patrimonio y complementariedad con entorno territorial (Cartagena).</li> <li>C. Condiciones y confort climático</li> <li>D. Gran cantidad de empresas turísticas, que favorecen un modelo más atractivo y competitivo.</li> <li>E. Voluntad de cambio y mejora por parte del empresariado local.</li> <li>F. Aumento y diversidad de empresas de servicios turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Definición y desarrollo de nuevos productos.</li> <li>B. Posibilidad de generar un cluster innovador en torno al turismo náutico</li> <li>C. Aprovechamiento óptimo de singularidades</li> <li>D. Renovación y ampliación de la oferta alojativa</li> <li>E. Planes de actuación para mitigar la estacionalidad</li> <li>F. Líneas de acción/apoyo al comercio local.</li> </ul>
Lo negativo	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Imagen turística asociada a un destino tradicional.</li> <li>B. Marcada estacionalidad.</li> <li>C. Escasez de tejido empresarial innovador.</li> <li>D. Deficiencias en accesibilidad.</li> <li>E. Un único producto estrella escasamente diversificado</li> <li>F. Escasa oferta turística y de servicios ajenos al sol y playa.</li> <li>G. Debilidad del tejido comercial.</li> <li>H. Gestión administrativa compleja</li> <li>I. Limitaciones normativas que impiden el desarrollo de turismo deportivo.</li> <li>J. Escena urbana necesitada de renovación</li> <li>K. Excesiva dependencia del turismo nacional</li> <li>L. Escasa oferta de ocio, sobre todo en temporada baja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Demanda de experiencias y destinos singulares</li> <li>B. Permisividad con la venta ambulante que afecta negativamente al comercio local</li> </ul>

## 2. GESTIÓN, PROMOCIÓN Y MARKETING

	Su realidad: Fortalezas y debilidades	Su visión de futuro: Oportunidades y amenazas
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Lo positivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Destino turístico posicionado en el segmento de sol y playa</li> <li>B. Experiencia en la gestión de turismo específicos: Estación Náutica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Potenciación de las funciones de La Manga Consorcio</li> <li>B. Desarrollo un ente de gestión basado en la estrecha colaboración público-privada</li> <li>C. Definición de objetivos comunes para La Manga por parte de sus dos ayuntamientos.</li> <li>D. Definición y desarrollo de la “Estrategia para Gestión Integrada de Zonas Costeras en el Área del Mar Menor y su entorno” (Consejería de Obras Públicas y Ordenación del Territorio)</li> <li>E. Política de marketing más ambiciosa que tenga entre sus objetivos la captación de demanda internacional</li> <li>F. Integración en la Red Europarc para el fomento del turismo de naturaleza</li> <li>G. Desarrollo de un posicionamiento diferenciado en productos como el submarinismo</li> <li>H. Captación de mercados de proximidad (Murcia y Cartagena, fundamentalmente)</li> <li>I. Agilizar trámites administrativos para la creación de empresas</li> <li>J. Aprovechamiento de la plataforma de comercialización de la Región de Murcia (Hermes) para la distribución del producto turístico.</li> </ul>

Lo negativo	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Inexistencia de una marca turística suficientemente implantada y reconocida</li> <li>B. Gestión administrativa compleja, derivada de la compartimentación entre dos municipios y un gran número de Administraciones con competencias sobre este espacio.</li> <li>C. Falta del liderazgo institucional: insuficiencia de campañas promocionales y estrategias de marketing.</li> <li>D. Escasas iniciativas públicas destinadas a mitigar la estacionalidad</li> <li>E. Carencia/deficiencia de servicios públicos: transporte público, transfer aeropuerto, etc.</li> <li>F. Necesidad de un marco eficiente de colaboración y cooperación entre administración y empresarios, para fomentar destino.</li> </ul>	

### 3. COMPETENCIA

	Su realidad: Fortalezas y debilidades	Su visión de futuro: Oportunidades y amenazas
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<p>Lo positivo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. Inexistencia de competidores respecto a atributos geográficos</li> <li>B. Recursos turísticos únicos: más de 40 kilómetros de playas y reserva marina de gran singularidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Estrategias de diferenciación basadas en aprovechamiento óptimo de recursos y condicionantes geográficos.</li> </ul>
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<p>Lo negativo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. Escaso aprovechamiento de su potencialidad geográfica</li> <li>B. Principales competidores nacionales: Benidorm, Costa Blanca, Torrevieja, Canarias, Costa del Sol.</li> <li>C. Principales competidores internacionales: Caribe, cruceros, Mar Adriático y Grecia.</li> <li>D. Mala adaptación al entorno turístico actual, respecto a competidores.</li> <li>E. Estancamiento del destino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Nuevas necesidades y motivaciones de la demanda turística, ajenas a experiencias turísticas</li> </ul>

## 4. INNOVACIÓN

	Su realidad: Fortalezas y debilidades	Su visión de futuro: Oportunidades y amenazas
Lo positivo	<p style="text-align: right;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. Voluntad del empresariado por fomentar la innovación en La Manga</li> <li>B. Las innovaciones más incorporadas son aquellas relacionadas con los nuevos productos/servicios y con las herramientas que permiten la mejora de la prestación del servicio.</li> <li>C. El empresario de La Manga innova, fundamentalmente, para mejorar la satisfacción del cliente, para abrir nuevos mercados y para mejorar la imagen de su empresa.</li> <li>D. Los cambios en las empresas se justifican por la cooperación empresa-clientes, principalmente.</li> </ul>	<p style="text-align: right;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. Planes de colaboración entre la administración y el empresariado.</li> <li>B. Puesta en marcha de estrategias de diferenciación y diversificación.</li> <li>C. Aumento de los servicios y de la oferta de ocio de La Manga.</li> <li>D. Reducir los costes de mantenimiento, mediante el incentivo de medidas fiscales que ayuden a no cerrar en invierno.</li> </ul>
	<p style="text-align: right;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. Modelo muy debilitado por la estacionalidad, lo que dificulta la incorporación de procesos de innovación.</li> <li>B. La mayoría de los empresarios indican que no tienen proyectos que destaquen por su carácter innovador.</li> <li>C. Falta de financiación para poder innovar.</li> </ul>	<p style="text-align: right;"><b>AMENAZAS</b></p>
Lo negativo		

## 5. COLABORACIÓN EMPRESARIAL

	Su realidad: Fortalezas y debilidades	Su visión de futuro: Oportunidades y amenazas
Lo positivo	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Empresas agrupadas de manera mayoritaria por las asociaciones HOSTETUR, HOSTECAR, HOSTEMUR y ESTACIÓN NÁUTICA.</li> <li>B. Mesas de turismo regionales con representación de las principales asociaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Fomentar el asociacionismo, a través de asociaciones con valor añadido.</li> </ul>
Lo negativo	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Mentalidad individualista</li> <li>B. El grado de colaboración de las empresas de La Manga es muy reducido. Los intentos fallidos lastran las iniciativas de colaboración.</li> <li>C. Cuando colaboran, no lo suelen hacer a través de sus asociaciones.</li> <li>D. Falta de liderazgo institucional que motive una mayor colaboración.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Fragmentación de las asociaciones por pérdida de asociados, que no ven resultados operativos.</li> </ul>