

■ Comunicat de premsa ■

Les empreses turístiques catalanes se situen líders en competitivitat segons un estudi europeu

- **L'informe “L'empresa turística del segle XXI: conèixer per créixer” encarregat i finançat pel govern italià, situa el sector empresarial turístic català com a exemple i referent de competitivitat.**
- **L'estudi analitza la inversió de les empreses turístiques de sis regions turístiques europees en *Know-how* i d'altres intangibles. L'objectiu de l'estudi és avaluar l'impacte d'aquesta inversió sobre el nivell de competitivitat des del punt de vista de la petita i mitjana empresa.**
- **El conseller d'Innovació, Universitat i Empresa, Josep Huguet, ha fet públic avui els resultats d'aquest estudi en el marc de la presentació de la 16ena edició del Saló Internacional del Turisme de Catalunya (SITC), que se celebrarà del 19 al 22 d'abril a Fira de Barcelona.**

Dilluns, 16 d'abril de 2007.— Les empreses turístiques catalanes se situen líders en competitivitat, segons un estudi europeu encarregat i finançat pel govern italià. Aquest estudi —“L'empresa turística del segle XXI: conèixer per créixer 2006-2007”— situa el sector empresarial turístic català com a exemple i referent de competitivitat.

L'informe, fet públic avui pel conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, en el marc de la presentació de la 16ena edició del Saló Internacional de Turisme de Catalunya (SITC), de analitza la inversió de les empreses turístiques de sis regions turístiques europees en *Know-how* i d'altres intangibles. Així mateix, l'objectiu de l'informe és analitzar l'impacte d'aquesta inversió sobre el nivell de competitivitat des del punt de vista de la petita i mitjana empresa.



■ Comunicat de premsa ■

Projecte Fattore K: “L’empresa turística del segle XXI: conèixer per créixer 2006-2007”

Es tracta d'un projecte interregional promogut per Emilia Romagna (coordinadors), Liguria, Toscana i Sardegnia, i finançat per la *Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo Italia*. El projecte vincula la **innovació i l'economí del coneixement** (Fattore Kappa-Knowledge) amb el **turisme**. L'objectiu de l'informe és, d'una banda, analitzar la inversió de les empreses turístiques de les 4 regions italianes més dues de referència (Catalunya i PACA-Provença, Alps, Côte d'Azur) en immaterials: formació, comunicació, marketing, tecnologia de gestió, etc; de l'altra, avaluar l'impacte d'aquesta inversió sobre el nivell de competitivitat i resultats empresarials.

RESULTATS

A. INVERSIÓ EN IMMATERIALS

1. Les empreses catalanes són les que més inverteixen en tots els ítems d'anàlisi en relació a la resta de destinacions.
2. Els principals focus d'inversió agrupats per grans conceptes són per aquest ordre: informàtica i internet; desenvolupament del negoci; gestió de la informació; formació).
3. Destaca especialment “**Innovació de productes i serveis**” (un **78,6%** de les empreses catalanes enquestades inverteixen; a darrera se situa PACA, a gran distància: 44,9%).
4. La inversió en **certificacions** només és present en un **52,4%** de les empreses catalanes enquestades; tot i així també és capdavantera (per darrera, PACA, només hi inverteixen un 38,8% de les empreses).

■ **Comunicat de premsa** ■

| Grans tipologies d'inversions | % empreses |
|--|-------------------|
| Informàtica i internet sistemes de gestió; nou software; booking on line; e-commerce; realització/actualització website | 97,6% |
| Desenvolupament del negoci anàlisi nous mercats; plans de marketing; publicitat; relacions públiques; imatge corporativa; sponsorització; fires-congressos- workshops | 95,2% |
| Sistema d'Informació banc de dades clients/proveïdors; intranet; gestió de la comunicació | 95,2% |
| Formació tècnica, directiva | 92,9% |
| Desenvolupament de les relacions anàlisi de la satisfacció del client; participació en associacions; participació en projectes locals amb altres agents públics o privats | 90,5% |
| Aspectes organitzatius pla de negocis; projectes d'agregació empresarial; joint venture; estratègies de venda; polítiques redistributives; incentius; anàlisi de satisfacció del personal; reorganització de processos; partenariats | 85,7% |
| Innovació de productes i serveis estudi i recerca; desenvolupament i standartzació; innovació | 78,6% |
| Certificacions qualitat; producte; ambiental; social-RSC | 52,4% |
| Marques (branding) estudi i implementació; redisseny; registre; marques per producte | 47,6% |
| Propietat Intelectual patents; models d'utilització; realització-registre; compra propietat o llicència | 31,0% |

Font: Projecte Fattore K

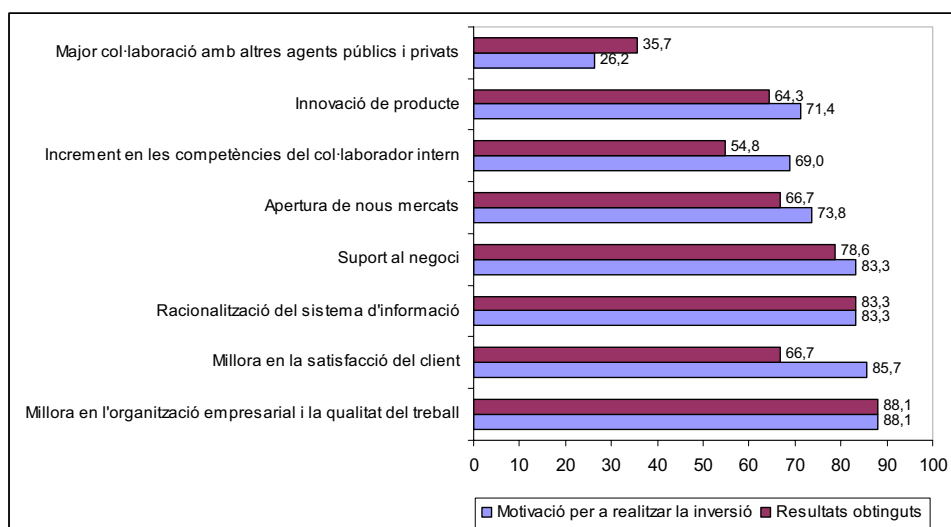
5. Per microconceptes, la **formació a nivell tècnic** (no directiva) ocupa el primer lloc del rànking (88,1%).

| Inversions (Top 10) | % total |
|---------------------------------|----------------|
| Formació tècnica | 88,1% |
| Fires-Congressos-Workshops | 85,7% |
| Anàlisi satisfacció client | 83,3% |
| Bancs de dades | 81,0% |
| Realització/revisió website | 78,6% |
| Nou software | 73,8% |
| Booking on line | 64,3% |
| Estratègia de venda | 64,3% |
| Pla de Marketing | 64,3% |
| Intranet | 64,3% |
| Sistemes de gestió | 61,9% |
| Coparticipació projectes locals | 61,9% |
| Anàlisi nous mercats | 57,1% |
| Gestió relacional amb clients | 54,8% |
| Innovació de producte | 54,8% |

■ Comunicat de premsa ■

B. MOTIVACIÓ, EXPECTATIVES I RESULTATS DE LA INVERSIÓ EN IMMATERIALS

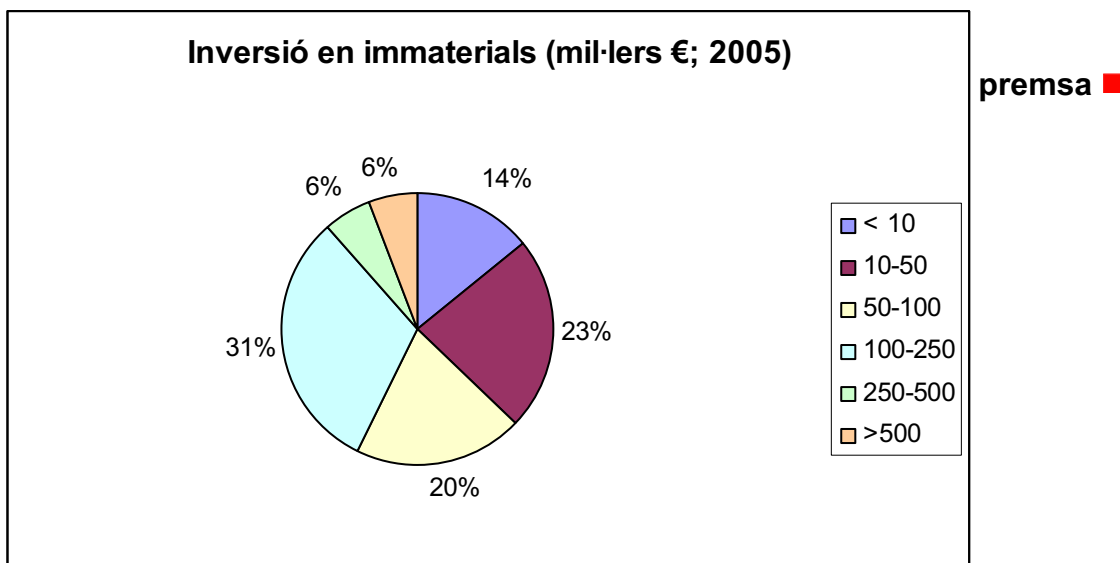
6. La principal motivació dels empresaris catalans per a la inversió en intangibles és **la millora en l'organització empresarial i la qualitat del treball** (88,1%).
7. Si es compara la motivació per la qual es duen a terme les inversions i la satisfacció obtinguda pel fet d'haver-les realitzats, destaca el fet que els empresaris aconsegueixen les seves expectatives pel que fa als ítems de **millora en l'organització empresarial i la qualitat del treball** i de **racionalització en el sistema d'informació**. No les assolixen per contra en la satisfacció del client; la motivació dels col·laboradors interns; l'apertura de mercats; o la innovació de producte. Destaca que les expectatives es veuen superades en el cas de la **col·laboració amb altres agents públics i privats**.



Font: Projecte Fattore K

C. IMPORT DE LES INVERSIONS

8. Més d'un **43%** de les empreses enquestades van realitzar l'any 2005 una inversió en immaterials **superior als 100.000€**.
9. La inversió en terme mig se situa en els **128.000 euros**.
10. Per dimensió es constaten diferències; la **petita empresa** inverteix en terme mig **97.700€**, mentre que les **mitjanes 181.250€**.



Font: Projecte Fattore K

D. RESULTATS EMPRESARIALS

11. Durant tot el període 2001-2004, les empreses catalanes han incrementat el seu **patrimoni immaterial** (immovilitzat immaterial) en un **8,2%**.
12. **Volum de vendes** en constant creixement: **22,6%**.
13. El **valor afegit** s'ha incrementat en un **6,7%**.
14. **Resultat abans d'impostos**: davallada entre 2001-2003 generalitzada a totes les destinacions (conjuntura internacional i econòmica desfavorable). L'any 2004, però, notable recuperació: increment del **18,8%** respecte 2003.

CONCLUSIONS: Catalunya apareix com l'exemple i paradigma: les nostres empreses són les més eficients i competitives, ahora que són les que més inverteixen en innovació, coneixement, formació i qualitat.

1. Catalunya es consolida com la destinació més dinàmica en arribades, pernoctacions, estada mitjana i ocupació, sobretot centrada en la demanda internacional; també pel que fa a ingressos i situació patrimonial de les empreses turístiques.
2. Oportunitats de Catalunya més destacades a l'informe:
 - Innovació de producte (destaca enogastronomia)
 - Orientació a la demanda
 - Iniciativa empresarial



■ **Comunicat de premsa** ■

- Teixit de pime ben estructurat
 - Valorització d'aspectes ambientals i de sostenibilitat
 - Existència del Pla Estratègic
 - Promoció estudis i recerca (Observatori i Institut de Recerca)
3. Preocupacions de l'empresariat per les quals es demana suport institucional: mercat de treball i qualitat.
 4. Ítems destacats pel que fa a la inversió realitzada per les empreses catalanes en coneixement (superant la resta de destinacions): Bancs de dades de clients i proveïdors; Formació tècnica i continuada; Anàlisi de la demanda i estudis de satisfacció; Internet i nou *business*; Sistemes de gestió; estratègies de venda; innovació de producte
 5. Comparació amb PACA –segona destinació del ranking–
 - Els hotels catalans realitzen inversions en intangibles un 63% superiors a la regió PACA
 - En el cas de les mitjanes empreses, la inversió és tres vegades superior
 - Els resultats patrimonials, de vendes, valor afegit i beneficis superen la PACA
 - també la destinació es mostra amb un major dinamisme, tant pel que fa a l'activitat turística com el moviment i protagonisme del sistema aeroportuari, amb l'Aeroport de Barcelona-El Prat al capdavant.
 6. Aeroport de Barcelona: El més dinàmic en el període 1992-2005; l'any 2006 ocupa la vuitena posició a nivell europeu. Altres aspectes destacats són a favor destacables, són la diversificació de companyies (combinació low cost i tradicionals) i l'existència del Comitè de Desenvolupament de Rutes Aèries.

DADES TÈCNIQUES DE L'ESTUDI

Les empreses objecte d'anàlisi són societats anònimes amb un volum de vendes d'entre 1,5 i 60M €). L'univers de referència per Catalunya (determinat a partir de Camerdata): 307 hotels i 193 agències de viatges o tour-operadores. Mostreig estratificat per les quatre províncies, per activitat empresarial i per tamany de l'empresa (petita-mitjana. metodologia: