
DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE I+D+I EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

RESUMEN EJECUTIVO PARTE I: DIAGNÓSTICO

METODOLOGÍA: RESULTADOS OBTENIDOS

Diagnóstico de situación: se ofrece la información necesaria para conocer el punto de partida en I+D+I en el sector turístico y plantear acciones de mejora.

- MARCO DE REFERENCIA
- CIFRAS DE LA ACTIVIDAD DE I+D+I EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA: INDICADORES
 - LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA
 - LA I+D+I EN LA COMUNITAT VALENCIANA
 - LA I+D+I DEL SECTOR TURÍSTICO
- LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNITAT VALENCIANA Y LA I+D+I: ENCUESTA A LAS EMPRESAS DEL SECTOR
 - CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA
 - TIPO DE INNOVACIÓN REALIZADA
 - EL ESFUERZO INNOVADOR: RECURSOS DEDICADOS, BARRERAS E INFRAESTRUCTURA DE APOYO
- APORTACIONES DE OTROS AGENTES DEL SISTEMA
 - MESAS SUBSECTORIALES DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO
 - EL SECTOR DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS OFICINAS DE TURISMO
 - EL SECTOR DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS CENTROS TECNOLÓGICOS
 - LA COORDINACIÓN EN I+D+I ENTRE LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS
- CONCLUSIONES AL DIAGNÓSTICO



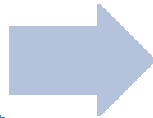
Análisis estratégico: se plantean las líneas estratégicas o principales para fomentar y desarrollar actividades de I+D+I en el sector turístico de la Comunitat Valenciana.

- ANÁLISIS ESTRATÉGICO
- AGENTES DE I+D+I
- ALCANCE Y OBJETIVOS: LAS LINEAS DE ACTUACION
- LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y ACCIONES DEL PLAN DE I+D+I DEL SECTOR TURÍSTICO
- TENDENCIAS SECTORIALES
- INDICADORES DE SEGUIMIENTO

METODOLOGÍA: ORIGEN DE LOS DATOS Y PARTICIPANTES

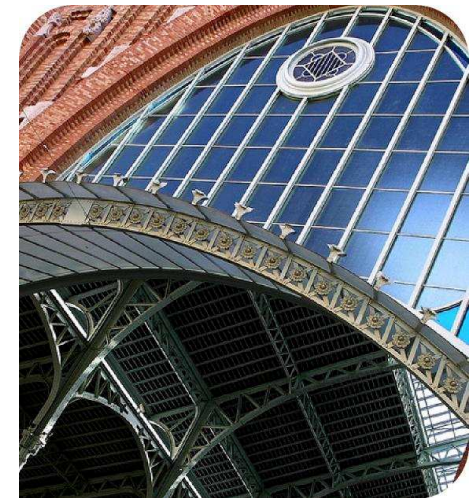
ORIGEN DE LOS DATOS

- INDICADORES DE I+D+I:
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
- INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADÍSTICA
- SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR: DATOS OBTENIDOS MEDIANTE ENCUESTA TELEFÓNICA A 400 EMPRESAS Y ENTREVISTA PERSONAL A 60 EMPRESAS



PARTICIPACIÓN DE LOS AGENTES DEL SECTOR

- EMPRESAS: 400 ENCUESTAS Y 60 ENTREVISTAS PERSONALES
- ASOCIACIONES SECTORIALES: PARTICIPACIÓN EN LAS REUNIONES DE LAS MESAS SUBSECTORIALES
- ENCUESTAS A CENTROS FORMATIVOS
- ENCUESTAS A GRUPOS DE INVESTIGACIÓN Y RED DE CENTROS TECNOLÓGICOS DEL IMPIVA
- ENCUESTAS A LA RED DE OFICINAS DE TURISMO



DIAGNÓSTICO: INDICADORES DE I+D+I

EN EL DIAGNÓSTICO SE PRESENTAN Y ANALIZAN LAS CIFRAS E INDICADORES DE:

- LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA
- LA I+D+I DE LA COMUNITAT VALENCIANA
- LA I+D+I DEL SECTOR TURÍSTICO
- ACTUACIONES EN MEJORA Y PROMOCIÓN ASOCIADA A LA I+D+I EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Es necesario hacer dos apreciaciones sobre los datos relativos a I+D+I para el sector turismo:

•**SECTORES DE ACTIVIDAD.** Indicar que los datos correspondientes a los principales indicadores analizados no están disponibles como tales para “el sector turismo”. En la contabilidad nacional y autonómica de datos estadísticos, **se encuentran incluidos en el sector servicios y dentro del sector servicios, la agrupación sectorial que más se aproxima es la de “comercio – hostelería”.**

•**CONCEPTOS ANALIZADOS.** Resaltar que los datos se encuentran disponibles (para todos los sectores de actividad) en **dos grandes bloques:** los datos de **I+D (investigación y desarrollo)** y por otro lado los correspondientes a **innovación.** Adicionalmente (encuesta sobre **innovación tecnológica** en las empresas, por lo tanto los datos relativos a innovaciones no tecnológicas no se han contabilizado), disponibles ambos bloques tanto en el Instituto Nacional de Estadística como en Instituto Valenciano de Estadística.

DIAGNÓSTICO: LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNITAT VALENCIANA

Del informe “El Turismo en la Comunitat Valenciana 2007, editado por la Conselleria de Turisme(4) se confirma la importancia del sector turístico en la economía de la Comunitat Valenciana; a continuación se relación alguno de los datos analizados :

- Se reciben un total de 21,3 millones de turistas anuales y 152.090.010 pernoctaciones (en todo tipo de alojamiento), lo que hace de la Comunitat Valenciana el tercer destino turístico de España.
- El 9,5% de los turistas extranjeros en España se concentraron en la Comunitat Valenciana. Fueron 5.598.865 turistas, lo que supuso una tasa de variación interanual positiva del 2,6%.
- Para los turistas extranjeros, en 2007, el gasto se estima en 4.563,5 millones de euros (con una tasa de variación interanual positiva del 5,3%). Este gasto, para el total de turistas extranjeros, se distribuye en un 31% en transporte y un 21,8% en alojamiento.
- La demanda nacional en 2007 supuso un total de 15.717.547 millones de turistas y tuvo una tasa de variación interanual negativa del 8,7%. Según tipo de viaje, un 43% fueron viajes de fin de semana, un 21% por vacaciones de verano y un 13% viajes recurrentes de trabajo.

Índice	2006	2007
% del PIB total	13,3%	13,2%
% de las exportaciones de servicios totales	66,2%	75,6%
% de la inversión total	4,2%	4,0%
% del gasto público total	4,9%	4,8%

Impacto económico del sector turístico en la Comunitat Valenciana Fuente “Estudio Impactur”.

DIAGNÓSTICO: LA I+D+I DE LA COMUNITAT VALENCIANA.

SECTORES

Comunitat Valenciana. Origen de los datos INE - IVE

2006	TOTAL EMPRESAS	INDUSTRIA MANUFACTURERA	SERVICIOS	COMERCIO HOSTELERIA
Empresas que realizan I+D (sede Comunitat Valenciana)	1.406	795	495	137
% Empresas que realizan I+D (sede Comunitat Valenciana)	100%	56,54%	35,21%	9,74%
Personal empleado en I+D (equivalencia jornada completa)	5.817	2.918	2.723	237
% Personal empleado en I+D (equivalencia jornada completa)	100%	50,16%	46,81%	4,07%
Hombres	4.056	2.142	1.781	196
Mujeres	1.761	777	942	41
Investigadores	2.512	1.195	1.244	110
% Investigadores	100	47,57%	49,52%	4,38%
Hombres	1.801	869	874	86
Mujeres	712	327	370	24
Gastos internos en I+D (miles de euros)	348.610	188.830	150.354	10.808
Gastos internos en I+D (%)	100%	54,17%	43,13%	3,10%
Gasto interno por investigador en EJC (miles de euros)	138,8	158,0	120,9	98,1

DIAGNÓSTICO: RESULTADOS I+D

RESUMEN DE PORCENTAJES. Origen de los datos INE - IVE

2006	INDUSTRIA MANUFACTURERA		SERVICIOS		COMERCIO HOSTELERIA	
	Nacional	C.Val.	Nacional	C.Val.	Nacional	C.Val.
% Empresas que realizan I+D	52,22%	56,54%	40,48%	35,21%	10,08%	9,74%
% Personal empleado en I+D	48,36%	50,16%	47,52%	46,81%	4,49%	4,07%
% Investigadores	44,54%	47,57%	52,49%	49,52%	4,53%	4,38%
Gastos internos en I+D (%)	52,15%	54,17%	44,48%	43,13%	3,00%	3,10%

Los porcentajes de empresas que realizan I+D, personal empleado en I+D, investigadores y gastos internos, del sector servicios y comercio / hostelería de la Comunitat València, comparadas con los porcentajes nacionales son muy similares o tan solo ligeramente inferiores.

Sin embargo, hay que entender que el sector turismo, en el año 2006, supuso una aportación al PIB nacional del 10,8% y del 13,2% al PIB de la Comunitat Valenciana; y por lo tanto deberían registrarse mayores porcentajes de participación del sector turismo en las actividades de I+D.

DIAGNÓSTICO: INNOVACIÓN

Los datos relativos a la innovación tecnológica se extraen de la encuesta sobre innovación tecnológica en las empresas.

Cabe destacar que del total de gastos dedicados a actividades innovadoras por las empresas de servicios a nivel nacional supone un 47,58% del total, mientras que en la Comunitat Valenciana supone un 38% del total. Además las empresas de servicios de la Comunitat Valenciana prefieren dedicar mayoritariamente ese gasto a I+D interna.

EL SECTOR TURISMO SUPONE MENOS DEL 4% DE LOS GASTOS EN INNOVACIÓN DEL TOTAL.



DIAGNÓSTICO: INNOVACIÓN

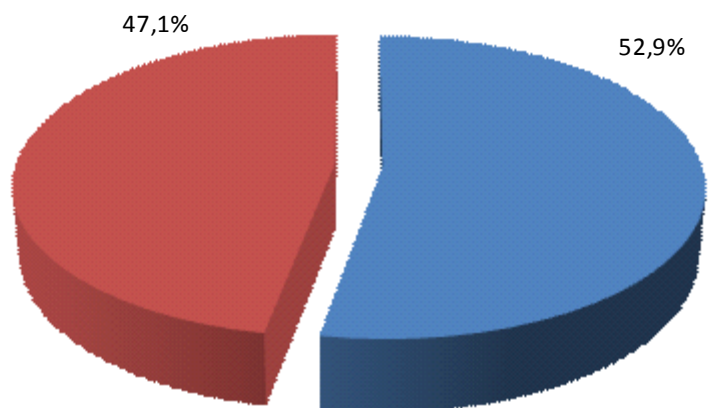
La intensidad de innovación, entendida como gastos en actividades innovadoras, respecto a la cifra de negocios, presenta menores esfuerzos en el sector servicios de la Comunitat Valenciana (0,3 de media), frente al sector servicios a nivel nacional (0,76 de media).

En ambos casos, en el sector servicios, tanto a nivel nacional como en la Comunitat Valenciana las empresas realizan mayoritariamente actividades innovadoras relacionadas con los procesos.

Intensidad de innovación (Gastos act. Innovadoras/Cifra de negocios)x100:						
Origen de los datos INE - IVE	Nivel nacional				Comunitat Valenciana	
TOTAL EMPRESAS	Total	industria	servicios	comercio y hostelería	total empresas	servicios
Del total de empresas	0,88	1,29	0,76	0,13	0,5	0,3
De las empresas con actividades innovadoras	1,82	1,84	1,89	0,53	1,4	1,4
De las empresas con actividades de I+D	1,81	1,79	2,06	1,04	1,9	2,2

SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A EMPRESAS

Casi la mitad de las empresas de Turismo de la Comunidad Valenciana aseguran haber introducido en los últimos 3 años productos o servicios nuevos o sensiblemente mejorados en el mercado.

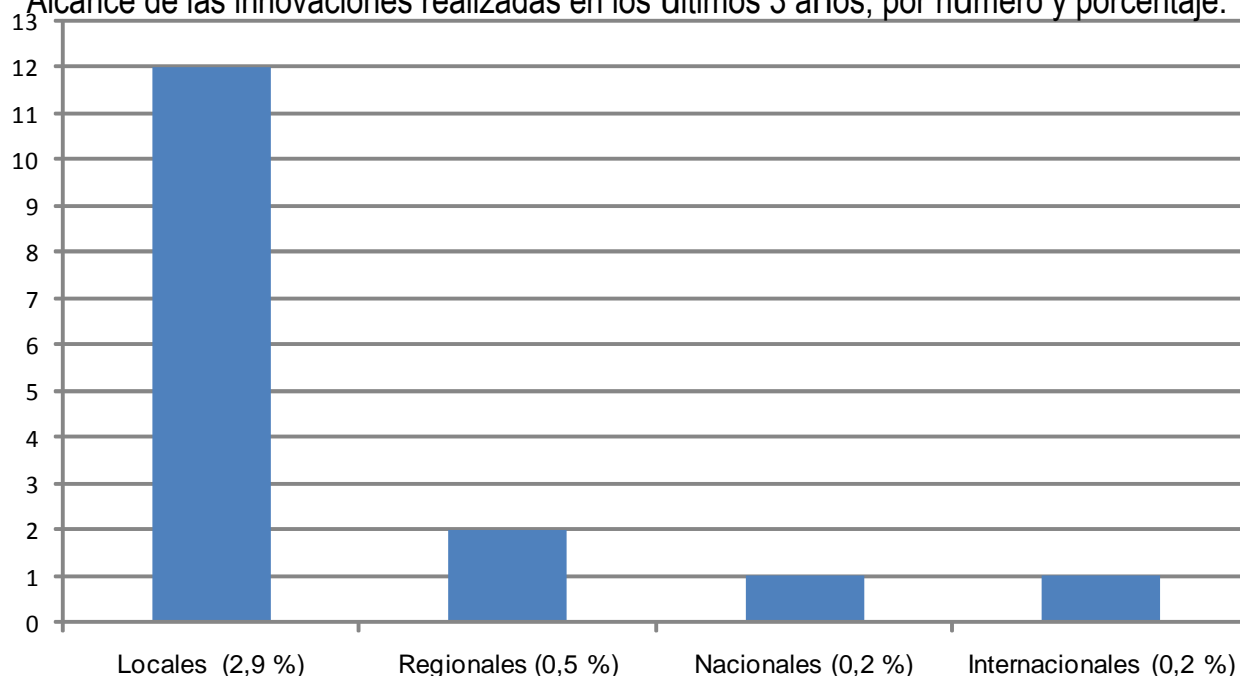


- Empresas que no hayan realizado innovaciones
- Empresas que hayan realizado innovaciones

SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A EMPRESAS

De los resultados de la encuesta se establece que el esfuerzo innovador de las empresas del sector turístico, se centra en la adquisición de tecnología y productos ya disponibles en el mercado, realizando una mejora continua de sus instalaciones.

Alcance de las innovaciones realizadas en los últimos 3 años, por número y porcentaje.



SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A EMPRESAS

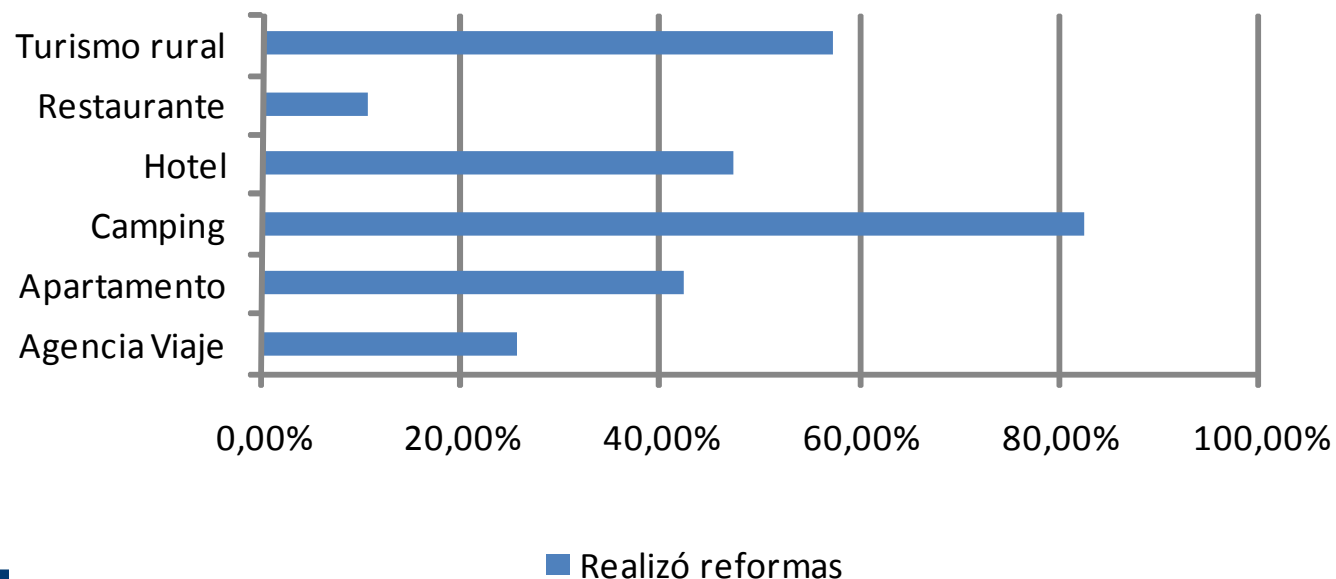
- Las empresas aportaron ejemplos de más de 200 proyectos de innovación realizados, de los cuales el 37% estaban relacionados con las TIC y un interesante 17% con el lanzamiento de nuevos productos y servicios

Tipo de proyectos de innovación o mejora:	Nº	%
TIC	82	37%
EQUIPOS - INFRAESTRUCTURAS	49	22%
NUEVO PRODUCTO O SERVICIO	38	17%
MARKETING	26	12%
OTROS PROYECTOS	28	13%
TOTAL	223	



SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A EMPRESAS

Otro tipo de mejoras que las empresas del sector turístico tienen que realizar de forma periódica es la mejora en la infraestructura, principalmente reformas en los edificios, sustitución y actualización de equipos y aparatos, etc. (En los últimos tres años).



SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A EMPRESAS

- Más del 70% de las empresas realizan sus proyectos de forma individual, sin colaboraciones.
- Cuando se realizan proyectos colaborativos, dicha colaboración se realiza con proveedores y empresas del mismo grupo. Solo un 3% subcontrató con universidades, centros tecnológicos, asesores, etc.
- La actividad de patentes no es significativa, pero un 22% ha protegido su marca.
- La principal dificultad para innovar son los riesgos y costes económicos. Otros factores relevantes: falta información sobre tecnología y mercados.



CONCLUSIONES AL DIAGNÓSTICO

- El sector turístico ocupa un lugar relevante en su contribución a la riqueza, calidad de vida y niveles de empleo en la Comunitat Valenciana, por lo que la inversión pública - privada en I+D+I debería ir en consonancia. Invertir actualmente en I+D+I en el sector turístico es garantizar la sostenibilidad y la competitividad de un sector de gran relevancia para la Comunitat Valenciana a medio y largo plazo.
- El sector turístico debe encontrar y adaptar a sus necesidades la definición de I+D+I: En este sentido, las empresas del sector deben asimilar que I+D no es una actividad ajena o lejana al sector y deben de valorar e incorporar en su planteamiento estratégico la actividad innovadora como un eje de su desarrollo y crecimiento económico.
- Se está implantando una nueva cultura empresarial de la innovación que apuesta por desarrollar nuevos productos y servicios.
- La innovación no tecnológica no se reconoce como uno de los ejes diferenciadores del sector (organización, comercialización, tendencias socioeconómicas, nuevas relaciones con los clientes, etc.).



CONCLUSIONES AL DIAGNÓSTICO

- El esfuerzo inversor empresarial en I+D+I de la Comunitat Valenciana es sensiblemente inferior a la media nacional; cabe añadir que la media nacional es inferior a los porcentajes recomendados por la UE para garantizar la competitividad actual y futura de las empresas.
- El nivel de desarrollo de las Infraestructuras de I+D+I (grupos de investigación, universidades, institutos de investigación, parques tecnológicos, instalaciones singulares, Infraestructuras y redes...) de la Comunitat Valenciana es destacable. El sector dispone de un elemento tractor muy desarrollado y con vocación de transferencia de conocimiento.
- No se dispone de una contabilidad específica para la actividad en I+D+I del sector turístico, lo que lo que permitiría el seguimiento de las políticas públicas en I+D+I.
- la cultura empresarial de la innovación está más implantada en el sector industrial, si bien el sector servicios (incluido el sector turístico) está avanzando con gran rapidez.



CONCLUSIONES AL DIAGNÓSTICO

- Los porcentajes de empresas que realizan I+D, personal empleado, gastos internos, etc. del sector comercio y hostelería, presentan niveles similares a nivel nacional y de la Comunitat Valenciana, aunque cabe hacer hincapié en que el sector turístico en la economía de la Comunitat Valenciana tiene mayor peso que la media nacional.
- La intensidad de innovación desarrollada por las empresas de servicios de la Comunitat Valenciana es inferior a la desarrollada por las empresas de servicios a nivel nacional. En ambos casos las empresas realizan innovación en procesos, de forma preferente.
- El 100% de los proyectos que se acogen a las ayudas a la I+D+I de la Agencia Valenciana del Turisme son financiados. El porcentaje de financiación alcanza el 50% de los costes financiables solicitados. En este sentido, las líneas de ayudas son una buena herramienta de estimulación de la cultura innovadora que con resultados directos. Añadir que se observa una disminución en el número subvenciones solicitadas en I+D+I y un cambio en el perfil del solicitante, que pasa de ser mayoritariamente empresas a organismos públicos de investigación.



CONCLUSIONES AL DIAGNÓSTICO

- El 50% de las empresas encuestadas han introducido innovaciones (productos o servicios nuevos en los últimos tres años). Destacan los subsectores Hoteles, Restauración y Agencias de Viajes.
- Un 4% de las innovaciones realizadas aportan valor al sector. Es decir, con carácter general las empresas realizan el esfuerzo innovador incorporando tecnologías y productos ya disponibles en el mercado que adaptan a su mercado y sus clientes.
- El 80% de las empresas del sector han implantado y desarrollado innovaciones no relacionadas con la tecnología.



CONCLUSIONES AL DIAGNÓSTICO

- Las innovaciones tecnológicas implantadas por las empresas del sector están principalmente relacionadas con las TIC's. En los subsectores relacionados con la restauración, hay que incluir proyectos relacionados con los procesos de elaboración y conservación de los alimentos.
- Los proyectos de innovación son realizados preferentemente por la propia empresa, contando en ocasiones con colaboradores externos. En este aspecto, destacan el subsector hotelero y de restauración como los más dinámicos en sus colaboraciones con centros de I+D+I.
- Las empresas optan por la protección de la marca, no detectándose actividad significativa de protección mediante patentes.



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE I+D+I EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

RESUMEN EJECUTIVO PARTE II: PLAN I+D+I

METODOLOGÍA: PLAN DE I+D+I

Una vez finalizado el diagnóstico de I+D+I del sector turístico de la Comunitat Valenciana, se realizó un análisis estratégico y se definieron unas líneas de actuaciones que fijan las bases para crear un nuevo escenario de la I+D+I en el sector turístico valenciano.



Se han identificado las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades a partir de las cuales poder definir unas líneas de actuación. Se presentan a continuación en forma de DAFO.

DAFO: DEBILIDADES

DEBILIDADES

- D1 La dimensión de las empresas supone en ocasiones una barrera para la realización de actividades de I+D+I
- D2 La cultura empresarial de la innovación es incipiente en un gran número de empresas del sector
- D3 La formación de los profesionales del sector en nuevas tecnologías y en gestión de I+D+I es escasa
- D4 No se dispone de indicadores de I+D+I propios del sector, dificultando la planificación de políticas públicas en I+D+I y el seguimiento de la eficacia de las acciones implantadas
- D5 El esfuerzo en I+D+I es realizado principalmente por las administraciones públicas con escasa participación del sector empresarial
- D6 El liderazgo de los proyectos de I+D+I presentados ha pasado de ser llevado por las empresas a ser llevado por los centros de investigación.
- D7 Los subsectores incorporan los conceptos de innovación en su gestión con diferentes velocidades.

DAFO: AMENAZAS

AMENAZAS

- A1 No apostar por la I+D+I puede llevar a una situación de obsolescencia en algunos subsectores, y repercutir negativamente a todo el sistema
- A2 No coordinar adecuadamente un sistema Ciencia – Tecnología – Empresa específico para el sector turístico
- A3 La coyuntura económica actual puede suponer un parón en la inversión que las empresas y otros agentes públicos o privados realizan en I+D+I
- A4 No contemplar la innovación no tecnológica como base de los incentivos y ayuda en I+D+I
- A5 No proteger adecuadamente la inversión realizada en I+D+I ni los resultados obtenidos
- A6 No orientar el sector turístico de a una economía del conocimiento y la innovación supondrá pérdida de competitividad como destino turístico

DAFO:FORTALEZAS

FORTALEZAS

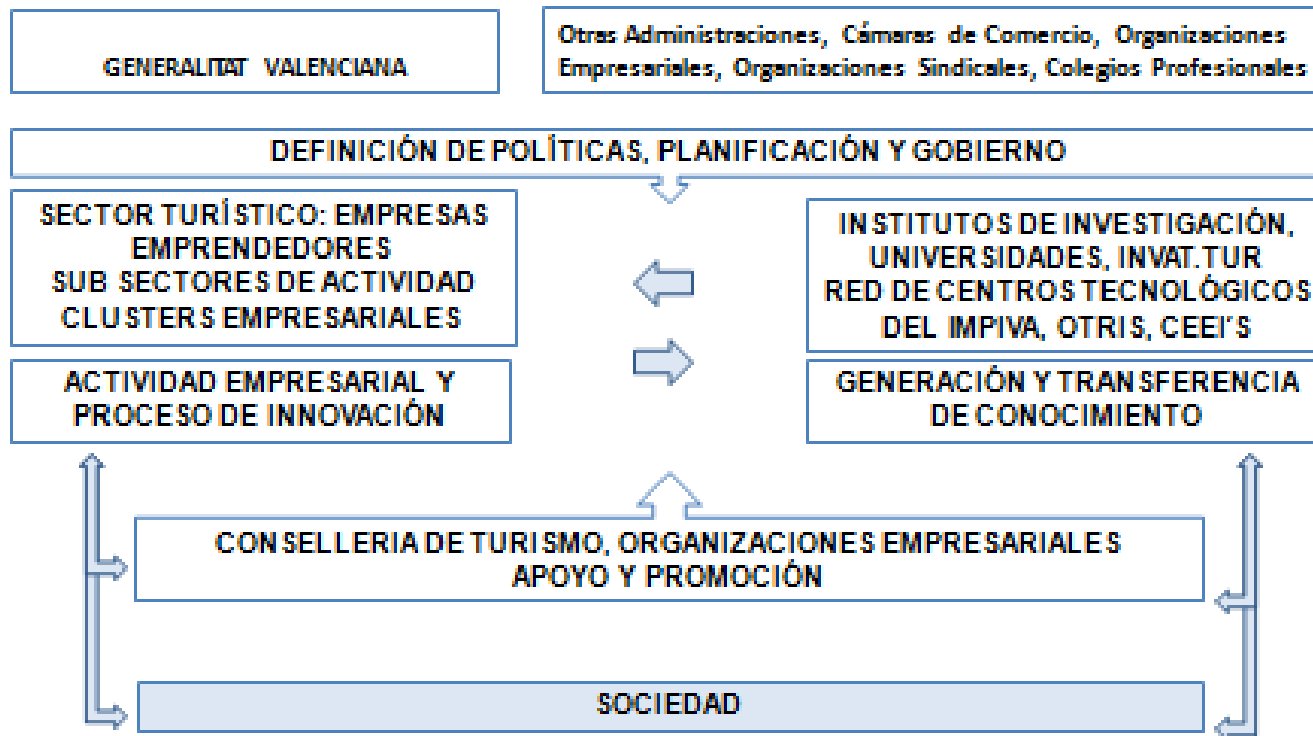
- F1 El peso específico que el sector turístico tiene dentro de la economía de y la heterogeneidad de su oferta permite acometer proyectos de I+D+I de gran interés a nivel internacional
- F2 Las actividades avanzadas de I+D+I que realizan determinados subsectores y que pueden tener un efecto tractor sobre el resto
- F3 La calidad y oferta de centros tecnológicos a disposición de las empresas del sector para el desarrollo de proyectos colaborativos
- F4 El dinamismo y la receptividad de los diferentes agentes del sistema para el desarrollo de forma planificada y coordinada de actividades y proyectos de I+D+I
- F5 La existencia de un tejido asociativo y de AAPP que pueden minimizar los efectos de la dimensión de las empresas y facilitar la realización de proyectos colaborativos.
- F6 La presencia o realización de importantes proyectos en que confieren un gran dinamismo al sector y que acercan la demanda
- F7 La amplia y diversa oferta turística, que abarca todos los subsectores, presentando buena complementariedad.

METODOLOGÍA: DIAGNÓSTICO

OPORTUNIDADES

- 01 La aplicación de las TIC's en las empresas del sector abre nuevas posibilidades: nuevos productos y servicios, nuevas formas de relacionarse con los clientes y sobre todo mayor competitividad
- 02 El conocimiento de las tendencias sociológicas y del mercado, como origen de nuevos productos, nuevos servicios y nuevos clientes.
- 03 La existencia de una infraestructura propia para satisfacer las demandas específicas en I+D+I del sector
- 04 Participación en líneas de financiación nacionales y europeas de I+D+I
- 05 La sistematización de las actividades de I+D+I en las empresas (mediante la implantación de sistemas de gestión), permite generar nuevos productos y servicios de forma continua y competitiva
- 06 Las nuevas tendencias sociodemográficas y económicas permiten identificar nuevos segmentos de mercado y personalizar la oferta a esos nuevos segmentos mediante la innovación en productos, servicios y comercialización.
- 07 La mejora de los niveles de servicio, de calidad y diferenciación del destino turístico mediante el proceso de I+D+I

MODELO DEL SISTEMA DE I+D+I DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Las líneas estratégicas de I+D+I del sector turístico de la Comunitat Valenciana para el 2009 – 2011 se enmarcan a nivel autonómico dentro del Plan de Competitividad del sector turístico de la Comunitat Valenciana 2009 – 2011. A nivel nacional con el Plan Nacional de I+D+I (2008 – 2011) y con el plan del turismo español Horizonte 2020 y, a nivel europeo, se incardina con la Estrategia de Lisboa.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVO 1. Favorecer el desarrollo económico y la competitividad de las empresas del sector turístico de la Comunitat Valenciana a través de las actividades de I+D+I.

OBJETIVO 2. Garantizar la adaptación mediante la innovación, del sector turístico de la Comunitat Valenciana a los nuevos retos del sector, permitiendo no solo mantener su posición sino avanzar en el liderazgo que como destino turístico puede tener.

OBJETIVO 3. Fortalecer las actividades de generación y transferencia de conocimiento en las áreas de conocimiento y tecnologías relacionadas con el sector turístico.

OBJETIVO 4. Favorecer la cooperación, alianzas e interrelación entre los distintos agentes del sistema y la realización de proyectos de I+D+I de forma colaborativa.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE I+D+I

OBJETIVO 1

OBJETIVO 1. Favorecer el desarrollo económico y la competitividad de las empresas del sector turístico de a través de las actividades de I+D+I.

Línea estratégica 1.1. Potenciar la cultura de la innovación

Línea estratégica 1.2. Fomentar la participación de la iniciativa privada en la realización de proyectos de I+D+I.

OBJETIVO 2.

Garantizar la adaptación mediante la innovación, del sector turístico de a los nuevos retos del sector, permitiendo no solo mantener su posición sino avanzar en el liderazgo que como destino turístico puede tener.

Línea estratégica 2.1. Crear infraestructura de I+D+I específica para el sector turístico en la Comunitat Valenciana

Línea estratégica 2.2. Fomentar la información para la toma de decisiones en la definición de políticas públicas de I+D+I.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE I+D+I

OBJETIVO 3. Fortalecer las actividades de generación y transferencia de conocimiento en las áreas de conocimiento y tecnologías relacionadas con el sector turístico

Línea estratégica 3.1. Fomentar la investigación y el desarrollo tecnológico específico para el sector turístico

Línea estratégica 3.2. Gestionar el conocimiento en el sistema de I+D+I del sector turístico

OBJETIVO 4. Favorecer la cooperación, alianzas e interrelación entre los distintos agentes del sistema y la realización de proyectos de I+D+I de forma colaborativa

Línea estratégica 4.1. Fomentar y apoyar las redes y clúster de innovación del sector turístico

Línea estratégica 4.2. Desarrollar de acciones de promoción de la I+D+I por los agentes de apoyo del sistema

