

XVI CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO UNIVERSIDAD-EMPRESA

Diego López Olivares
Director del Congreso

Los días 8 y 9 de mayo de 2013 tuvo lugar en la Universidad de Castellón en la sede de la Fundación-Empresa el XVI Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa. En esta edición se ha tratado la temática “Espacios de ocio y deporte como dinamizadores turísticos”. La estructura desarrollada ha constado de ponencias, paneles de expertos y de comunicantes, destacando la participación extranjera de Mike Weed de la Universidad de Canterbury; Salvatore Bimonte de la Universidad de Siena; Karel Pilny, Vicepresidente de la Asociación Europea de Atletismo; o Ian Richard Livesey de TUI Travel Sport. Igualmente se ha podido contar con la participación de Jesús Manuel González Vicepresidente del Grupo de Geografía Humana de la Asociación de Geógrafos Españoles; o Águeda Esteban, Catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Castilla-La Mancha. Entre las principales conclusiones del evento podemos destacar:

-Que el deporte, el ocio y la salud o bienestar están íntimamente relacionados con el turismo.

-Que es fundamental generar escenarios turísticos integrados aprovechando la singularidad territorial. Para ello hay que articular territorialmente las ofertas que se desarrollan en los diferentes destinos. Además hay que segmentar según el atractivo local específico, según la motivación de los mercados y según la tipología de la empresa turística.

-Que hay que poner en valor los territorios del post-destino para reforzarlos.

-Que el deporte, dadas las tendencias y los hábitos de la demanda, se presenta como una oportunidad, no sólo a nivel social, sino también económica.

-Que es importante en el deporte y su relación con el turismo el binomio impacto socio-económico e imagen de marca.

-Que los clústeres deportivos y su cadena de valor están bien definidos y tras su análisis hay que pasar ya a las opciones estratégicas con una visión de futuro y con la implicación de los empresarios y también dar paso a los planes de acción.

-Que el turismo de salud se ha incrementado en un 38% con respecto a años anteriores en Europa. En ello ha incidido que del carácter meramente terapéutico se ha pasado a incluir aspectos más generalistas.

-Las necesidades del turista en la actualidad son polivalentes y sus motivaciones están relacionadas con:

- Mayor ocio activo.
- Búsqueda de más oportunidades.
- Fragmentación de viajes.
- Canales de venta más directos.
- Actividad intensiva en información: internet, redes sociales.

Además de estas motivaciones hay que segmentar la demanda y también analizar la satisfacción de los turistas.

-Dada esta evolución hay que diferenciar los productos y ser flexibles con los clientes o turistas.

-Finalmente, que la felicidad del visitante o turista no está relacionada directamente con el crecimiento económico, el sentido y las percepciones de los destinos son fundamentales en esa apreciación y todo ello tiene mucho que ver con la sostenibilidad de esos destinos y la protección de los recursos.

Por último, agradecer al Comité de Honor, Comité Organizador, Comité Científico y sobre todo a ponentes, participantes en los paneles de expertos y a los comunicantes que con sus aportaciones han contribuido a enriquecer el conocimiento de la actividad turística.