

LA INNOVACIÓN EN LA POLÍTICA TURÍSTICA DE LA GENERALITAT VALENCIANA

Secretaría Autonómica de Turismo y Comercio
Agència Valenciana del Turisme

Introducción

La innovación representa en una de las claves estratégicas para la Generalitat Valenciana. En esa línea la Conselleria d'Economia, Indústria, Turisme i Ocupació, está realizando un gran esfuerzo para potenciar la innovación en los sectores productivos de la Comunitat Valenciana. Concretamente, a través de la Agència Valenciana del Turisme está impulsando la investigación, la innovación y el emprendimiento en turismo.

Este impulso se enmarca dentro de diferentes líneas de actuación en la política del Gobierno de la Generalitat entre las que cabe destacar la Estrategia de Política Industrial 2010-2015 (Conselleria d'Indústria, Comerç i Innovació, 2010), en el que la capacidad emprendedora, innovadora y la I+D+i constituyen uno de los seis factores clave para la competitividad de los sectores productivos.

Gráfico 1: Factores determinantes de la competitividad



Fuente: Conselleria d'Indústria, Comerç i Innovació (2010)

Por su parte, dentro de las acciones específicas de turismo cabe señalar que el Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020 (Conselleria de Turisme, Cultura i Esport, 2010), documento que partiendo de un exhaustivo trabajo de revisión de los aspectos relacionados con innovación turística reflejados en la Estrategia Territorial Valenciana, en el Plan de Competitividad Turística, en el Plan de Espacios Turísticos, en la Agenda Estratégica de la Innovación Turística y en los diferentes Planes de Marketing Turísticos elaborados hasta el momento, entre otros, ha supuesto un notable giro hacia la cultura de la innovación en el sector turístico, una

apuesta de presente que debe marcar el futuro del modelo turístico de la Comunitat Valenciana.

En consecuencia, la I+D+i es una actividad transversal de la gestión turística pública y privada que se está materializando paulatinamente a través de proyectos y actividades pioneras, de la potenciación del turismo en los sistemas públicos de I+D+i y la implantación de sistemas de gestión de la innovación.

Innovación y política turística

En los últimos años la situación económica del sector turístico en Europa y en España en particular se ha visto condicionada por tres tendencias fundamentalmente (Parra y Santana, 2011): la creciente competencia a escala global que genera fuertes tensiones y condiciona notablemente a la demanda; la crisis financiera y económica actual, que tras años de bonanza ha influido negativamente en las cifras de negocio; y el cambio de modelo de negocio, causado por la globalización de la oferta y la demanda y la incorporación de nuevas tecnologías (especialmente Internet) que influyen tanto en la promoción de los destinos como en la gestión de las organizaciones. Ante esa situación el sector turístico se ve abocado a la innovación tanto en los modelos organizativos como en los procesos y tecnologías aplicables en la oferta, la comercialización y el destino.

Se entiende por innovación económica a la introducción de un nuevo producto, o de un nuevo atributo de dicho producto; la introducción de un nuevo proceso productivo o mejoras en la comercialización del producto; la apertura de un nuevo mercado; la obtención de nuevas fuentes de aprovisionamiento para productos semi manufacturados o la adopción de una nueva forma organizativa (Shumpeter, 1961). Si bien, la definición más comúnmente empleada es la que deriva del denominado “Manual de Oslo” publicado por la OCDE en 2005: una innovación es la implantación de un producto nuevo o mejorado significativamente, o un proceso nuevo, un nuevo método de marketing, o un método nuevo de organización en las prácticas de negocio, en la organización del sitio de trabajo o en las relaciones externas (Antón, S. y Duro, 2010).

Actualmente el éxito de la actividad turística se basa en la generación y transmisión de conocimientos, dependientes en gran medida de la capacidad innovadora de las empresas y destinos turísticos. La innovación es el resultado de la generación interna de tecnología en las empresas con el fin de transformar una idea en un producto vendible nuevo o mejorado, por tanto se constituye en la variable más importante que afecta a la productividad y competitividad del sector (Sancho, 2005).

Así, la innovación, tal como ponen de manifiesto Antón y Duro (2010) es la herramienta crucial para minimizar costes, para diferenciar el producto y servicio ofrecido y para coadyuvar hacia un aumento de la productividad del sistema. En definitiva, uno de los aspectos más determinantes para el posicionamiento competitivo de destinos y empresas (Pulido, Sáez y Figueroa, 2011).

Desde la Unión Europea se ha impulsado la innovación recientemente, de forma especial con la Estrategia de Lisboa 2000-2010 y el VII Programa Marco para la

Investigación (2007-2013). Dos grandes programas de referencia que han propiciado que se hayan sucedido las iniciativas de impulso a la innovación (Monfort y Camisón, 2009).

También, en el ámbito estatal, los Planes de Investigación Científica y Técnica y de Innovación se suceden cuatrienalmente desde el año 2000, estando vigente en la actualidad el correspondiente al periodo 2013-2016. El objetivo de este programa es incrementar, extender y sistematizar las inversiones y la ejecución de actividades de I+D así como promover la innovación como parte de la estrategia competitiva de las empresas. El impulso a las actividades de I+D+I empresariales incluye tanto a sectores o segmentos de alto contenido tecnológico como a aquellos que, considerados tradicionales o maduros, tienen en las actividades de I+D+I una importante fuente de competitividad y diferenciación, y especialmente aquellas actividades que tienen un carácter estratégico en la economía española por su peso específico, entre los que destaca el turismo, entre otras actividades (Ministerio de Economía y Competitividad, 2013).

La Generalitat Valenciana y las políticas de innovación en turismo

Desde la Generalitat Valenciana se han instrumentado acciones realmente innovadoras prácticamente desde que se produjo el traspaso de competencias del Estado a la comunidad autónoma. Pero existe cierta tendencia a asociar innovación con desarrollo tecnológico, lo que puede haber frenado la generación de una auténtica conciencia de innovación en la aplicación de las mismas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la innovación va más allá de las tecnologías, ya que, como se ha dicho en la definición anterior, también el concepto también es aplicable a otros factores como la apertura de mercados, los nuevos sistemas de gestión, etc.

De este modo acciones encaminadas al ahorro energético en establecimientos turísticos y la racionalización del uso del agua, la introducción de los denominados lavapiés en las playas de la Comunitat Valenciana, la potenciación de los sistemas de gestión de la calidad de servicio o medioambiental, las “playas accesibles”, la creación de la Red de Centros de Turismo (CdT) para la formación y cualificación de los recursos humanos o la innovadora concepción de Red de Oficinas de Información Turística (Tourist Info), son algunos ejemplos de medidas impulsadas desde la administración pública que durante las dos últimas décadas han supuesto importantes innovaciones en las empresas y destinos turísticos, y más concretamente desde la Agència Valenciana del Turisme.

No obstante, en el sector turístico la capacidad para innovar está estrechamente relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), siendo la aparición de Internet una de las innovaciones con mayor repercusión (Sancho, Cabrer y Rico, 2004). La gran aportación de las TIC al turismo radica en su impulso a la competitividad (Mora, Lanquar y Martí, 1999; Blanco y Cànoves, 2005), suponiendo una importante oportunidad para empresas y destinos turísticos, ya que permiten acceder a prácticas y estrategias más adecuadas a escala global que facilitan la comunicación con audiencias de todo el planeta y que permiten entender a la

información como una de las materias primas fundamentales del sector (Buhalis, 2003, en Aguer y Díaz, 2011).

Por ello, en los últimos años el caballo de batalla para la administración turística valenciana se ha centrado fundamentalmente en la potenciación de las nuevas tecnologías e Internet como vías para impulsar la innovación en el sector turístico. Cuestión en la que la Comunitat Valenciana es considerada como una de las pioneras desde la puesta en marcha del Plan de Marketing 2009 y sucesivos, hojas de ruta que sirvieron de referencia y orientaron al resto de destinos en materia de marketing y comunicación online.

Además, desde la Agència Valenciana del Turisme se ha mantenido una clara estrategia de apoyo a la adaptación y/o integración de empresas y destinos turísticos a los nuevos entornos online, a la mejora del posicionamiento de la oferta turística y al desarrollo de acciones de marketing online, etc., que se ha visto reforzada con una de las mayores apuestas en materia de innovación en la vertiente de la comercialización turística online con el desarrollo de Travel Open Apps, la plataforma de distribución turística de la Comunitat Valenciana.

Dicha herramienta tecnológica, que parte de las necesidades planteadas por el sector turístico de la Comunitat Valenciana, abre la puerta a la gestión y comercialización de toda la oferta turística en los principales canales y operadores de distribución turística nacionales e internacionales, y a la generación de nuevos modelos de negocio en el ámbito de la distribución turística online dada su concepción de plataforma desarrollada en código abierto.

Su relevancia es tal que Travel Open Apps ha sido seleccionada por la Comisión Europea como solución tecnológica para el desarrollo de una plataforma B2B como estándar europeo de distribución turística en la convocatoria adjudicada al consorcio P.ICT.urism (Platform on ICT for Tourism).

Invat·tur, centro de referencia de la innovación turística en la Comunitat Valenciana

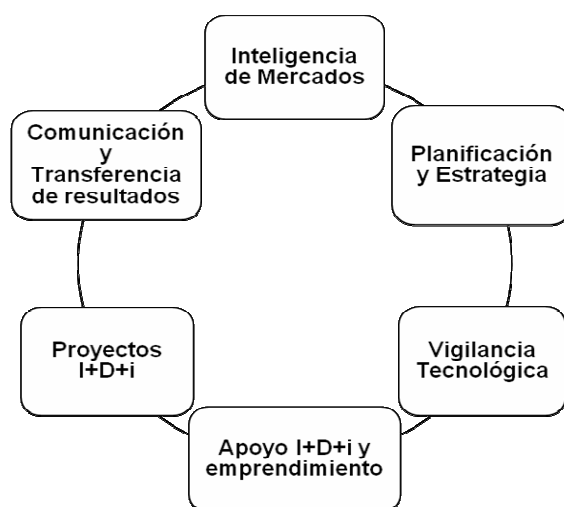
Aunque tanto en la década de los noventa como en la primera década del siglo XXI han sido muchas y muy interesantes las innovaciones que se han introducido en el sector turístico impulsadas por la administración autonómica, no ha sido hasta la presente década cuando se ha creado una línea de actuación de política turística centrada específicamente en la innovación. En ese sentido, la creación del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat·tur) ha supuesto un salto cualitativo que ha hecho de la innovación un objetivo prioritario en la estrategia turística de la Comunitat Valenciana.

Invat.tur es un centro dependiente de la Agència Valenciana del Turisme especializado en la generación y transferencia de conocimiento turístico mediante la puesta en marcha de actividades de investigación, desarrollo e innovación. Se trata de un centro concebido como plataforma de encuentro y colaboración entre todos los agentes del sector turístico, con el fin de garantizar la competitividad y la sostenibilidad de la

oferta turística de la Comunitat Valenciana, facilitar su adaptación a las nuevas tendencias de mercado y contribuir a una gestión turística avanzada e innovadora.

El Instituto aspira a ser un centro de referencia en investigación, innovación y tecnologías aplicadas al turismo, reconocido nacional e internacionalmente por su contribución a que el sector turístico de la Comunitat Valenciana se anticipe y adapte constantemente a los cambios, por la calidad y carácter vanguardista de los servicios prestados, y por la identificación y desarrollo de líneas de I+D+i en turismo.

Gráfico 2. Áreas de trabajo de Invat-tur



Fuente: Elaboración propia

Las áreas de trabajo que se desarrollan son:

- La inteligencia de mercados, a través de la generación de un mayor grado de conocimiento, cuantitativo y cualitativo, de los mercados turísticos, orientado a la toma de decisiones tácticas y estratégicas en materia de promoción y marketing;
- La vigilancia tecnológica, mediante el análisis de información relevante y su difusión con objeto de generar oportunidades a través de su adaptación y aplicación;
- El apoyo a la I+D+i y a los emprendedores, generando una intensa actividad mediante la colaboración con empresas y proyectos innovadores y fomentando el emprendimiento, especialmente en aquellos nuevos proyectos turísticos de base tecnológica;
- Los proyectos de I+D+i, mediante la realización de investigaciones, estudios y aplicaciones tecnológicas en cooperación con otros institutos, universidades, asociaciones del sector, etc.;

- La comunicación, cooperación y transferencia de resultados, realizándose de manera continua presentaciones, seminarios, foros, talleres, jornadas, etc., que tratan de aportar conocimientos avanzados, novedades tecnológicas e innovaciones de todo tipo que ayuden al sector turístico de la Comunitat Valenciana a mantenerse a la vanguardia diferenciándose de sus competidores;
- La planificación y estrategia, dado que desde el instituto se trabaja en cooperación con otros departamentos de la Agència Valenciana del Turisme y otras entidades turísticas de la Comunitat Valenciana, en la realización de planes estratégicos, operativos y de marketing.

Bibliografía

- Aguer, O. y Díaz, A. (2011): *Landware: territorio y tecnología, creadores de valor y generadores de competitividad en turismo*, Ed. Aguer y Diaz, Barcelona.
- Antón, S. y Duro, J. (2010): "Innovación turística en España: retos de la política turística, gobernanza de los destinos y desarrollo de sistemas territoriales de innovación", *Revista Estudios Turísticos*, nº 185, pp. 7-32.
- Blanco, A. y Cànoves, G. (2005): "Las tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo del turismo rural", *Documentos de Anàlisi Geogràfic*, 46, pp. 105-117.
- Conselleria d'Indústria, Comerç i Innovació (2010): "Estrategia de Política Industrial 2010-2015", Generalitat Valenciana.
- Conselleria de Turisme, Cultura i Esport (2010): "Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020", Generalitat Valenciana.
- Ministerio de Economía y Competitividad (2013): "Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013", Gobierno de España
- Momfort, V. y Camisón, C. (2009): "Innovación en la empresa turística", *Primera Conferencia Internacional sobre la Medición y el Análisis Económico del Turismo Regional, San Sebastián*.
- Mora, A., Lanquart, R. y Martí, F.P. (1999): "Los efectos de la innovación tecnológica en el turismo", *Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: Turitec 1999*.
- Pulido, J., Sáez, A. y Figueroa, C. (2011): "Critical external factors and hotels' investments in innovation and technology in emerging urban destinations", *Tourism Economics*, 17 (2), pp. 339-357.
- Sancho, A. (2005): "Sector turístico e innovación: un análisis a través de las patentes"; Universidad de Valencia, documento en pdf, consultado el 14 de marzo de 2013.

Sancho, A., Cabrer, B. y Rico, P. (2004): "La difusión de las tecnologías en el sector turístico", *VI Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: Turitec 2004*.

Schumpeter, J. (1961): "The theory of economic Development", Oxford University Press.