

IV XXI CONGRESO AECIT

Sesión 4 INNOVACION EN LA GESTION DE DESTINOS TURISTICOS

La necesidad de la innovación de la gestión de los destinos turísticos es hoy si cabe más necesario ya que vivimos en un momento muy complicado para el sector y así lo demuestran las cifras de entradas de viajeros en España de los últimos meses, frente al crecimiento del 3,13% de 2007, en 2008 se están viviendo fuertes bajadas de turistas en meses clave como Agosto o Septiembre y en destinos importantes nacionales como las Islas. Euskadi y Alava no son ajenas a esta tendencia.

Según un informe publicado por Exceltur este último trimestre del año en el sector ahondará más profundamente en esta tendencia: Las causas son bien claras:

- Una crisis financiera internacional cuya traslación a la economía real conlleva a una dudosa recuperación de la confianza empresarial y de los consumidores europeos, a pesar de los esfuerzos y planes globales de rescate.
- Contracción del gasto de las familias afectadas por la incertidumbre y la amenaza del desempleo en los principales mercados para el Turismo Español(España y Reino Unido). Hoy mismo se han conocido también que Alemania ha entrado en recesión.
- Calendario laboral poco propicio para los viajes este año
- Fuertes recortes en los gastos de viajes de negocio
- Disminución de la oferta aérea (20% por debajo que el año pasado)

A esta situación hay que sumar que según el último informe de la Comisión de Turismo del Consejo Superior de Cámaras, la rentabilidad del sector tradicional turístico español en los mercados maduros lleva años disminuyendo, disminución que se superaba gracias al incremento del número de turistas que hoy nos faltan.

Por otro lado, vivimos también un cambio importante en el comportamiento del Turista: cada vez se contratan menos paquetes turísticos, gracias a internet, el turista es cada vez más protagonista de la búsqueda, diseño, contratación del transporte y los diferentes servicios turísticos. Se busca la personalización del viaje, se premia la originalidad y no se está dispuesto a pagar por paquetes básicos tradicionales.

En esta coyuntura la INNOVACION en la gestión de los destinos turísticos es necesaria para afrontar la crisis y el reto del cambio del modelo turístico. A la hora de hablar de innovación de los destinos turísticos debemos considerar

Consideramos que la innovación aplicada a los destinos turísticos ha de tener en cuenta diferentes aspectos...

En los escenarios físicos, normalmente municipios y comarcas, es donde ocurren o no ocurren los hechos turísticos.

Una gestión y una innovación que deberá de tener en cuenta la vida preexistente en dichos destinos y a través de la gestión y la innovación; hacerla compatible con los nuevos objetivos sectoriales, socio económicos y culturales. Y por tanto la innovación, no sólo debe ser externa sino también aplicada a los procesos de gestión y organización internas.

El objetivo y consecuencia es que debemos tender a reinterpretar dichos destinos para que adquieran y mejoren su poder de atracción y seducción ante los grandes cambios que se están dando en las demandas finales.

Una reinterpretación del territorio y del destino que, por vía de la gestión y de la innovación, deberá tener en cuenta determinados factores como:

- La compatibilidad que ha de existir en la coincidencia existente entre la ciudad - destino turístico.
- La generación de nuevos escenarios físicos y ambientales.
- La generación de valor.
- La mejora y simplificación de procesos organizativos.
- La ampliación de la gama de productos turísticos.

En definitiva, una innovación orientada a los turistas y visitantes finales, que son el objetivo de cualquier actividad turística que se genere.

Muchos de los aspectos que van a tratar los ponentes hoy tienen que ver con la colaboración público privada, las Cámaras de Comercio somos entidades privadas que desarrollan una labor pública y tenemos mucha experiencia en este campo de la colaboración. También creo que en muchos de los ejemplos de desarrollo de gestión en los destinos turísticos, las Cámaras, junto con otras instituciones han tenido un papel relevante. La Cámara de Comercio e Industria de Álava tiene clara su apuesta por el turismo y por ello ha puesto en marcha una comisión de Turismo.

Sin más preámbulos, para profundizar en este ambicioso apartado, tengo la ocasión de presentarles...

FICHA PONENTES	
D. Salvador Antón Clavé	Profesor Titular de Análisis Geográfico Regional y Director de la Escuela Universitaria e Turismo y Ocio de la Universidad Rovira i Virgili

(Tarragona)	
Bio	Doctor en Geografía desde 1995. Ha sido investigador visitante en las universidades de Exeter (Gran Bretaña), Marne-la-Vallée (Francia), George Washington University (Estados Unidos) y Rutgers-the State University of New Jersey (Estados Unidos). Es autor, coautor y coeditor de numerosos libros. Ha publicado numerosos capítulos de libro y artículos en revistas especializadas acerca del desarrollo de equipamientos e instalaciones de ocio, la reestructuración de destinos turísticos litorales consolidados, la planificación turística y cuestiones sobre turismo y desarrollo local y regional. Ha impartido cursos como profesor invitado en múltiples universidades españolas y extranjeras.//
Ponencia	Enfocará su intervención en relación a la cuestión de la " Gestión del conocimiento y la innovación en los destinos turísticos ". Partirá de la idea, ya conocida, que la Gestión del Conocimiento se está demostrando como uno de los factores clave para la mejora de la competitividad de los destinos turísticos. En este contexto se expone la experiencia en red entre empresas, administraciones y universidad en el caso de la Costa Daurada en Cataluña.
D. Luis Baldó García I+T Consultoría Turística	
Bio	Socio fundador de I+T Consultoría Turística y Gerente de la empresa. Diplomado en Turismo por la Universidad de Oviedo, Experto en Gestión Cultural y Técnico en Gestión de Calidad y Gestión de Empresas por la Escuela de Organización Industrial. Desde el año 1990 desarrolla su labor profesional en diversos ámbitos del sector turístico, especializándose en los últimos años en proyectos de Planificación y Desarrollo Turístico. Gerente de los Planes de Dinamización Turística de los Valles del Trubia, Valles Mineros, Cabo Peñas y en la actualidad del Bajo Nalón. También ha desarrollado proyectos en Chile y Venezuela. Consultor de la Agencia Española de Cooperación Internacional y colaborador habitual en actividades de formación de la Escuela Universitaria de Turismo de Asturias.
Ponencia	Realizará una ponencia sobre la necesidad de la innovación en la gestión del propio destino como única estrategia que puede permitir la diferenciación frente a nuestros rompedores. Nos presentará como muestra y ejemplo el caso del Bajo Nalón

D. Gregorio Méndez de la Muela GMM Consultores Gerente y Propietario	
Bio	Doctor en Sociología del Turismo por la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con más de veinte años de experiencia en el campo de la consultoría turística. Entre sus publicaciones destacan las relacionadas con el turismo náutico y la sociología

	del turismo.
Ponencia	Realizará una presentación práctica de Modelos de Renovación Turística, la importancia de la gestión público-privada en la Revitalización de Destinos turísticos maduros .
D. Jaume Mata	Subdirector de Turismo Valencia Convention Bureau
Bio	Licenciado en Ciencias Empresariales (Universitat de Valencia). Especialista Internacional en Turismo (Universidad Politécnica de Valencia). Master en Gestión Turística (University of Surrey, R.Unido). Subdirector de Turismo Valencia, formó parte del equipo directivo de la candidatura "Valencia, Ciudad Sede de la 32 America's Cup", fue Director de Marketing y Comunicación y Director del Gabinete de Dirección General del Consorcio Valencia 2007.
Ponencia	Nos ilustrará la experiencia de Valencia, ciudad transformada en gran destino turístico basada no solo en nuevas infraestructuras sino en la gestión estratégica del turismo a través de la entidad Valencia Turismo, ejemplo de la efectividad de la cooperación público-privada en la gestión de un destino turístico. Un caso de éxito que ha hecho pasar a una ciudad con 412.000 visitantes en 1992 a 2 millones de visitantes en 2007.