

Innovación, proceso y creación de productos

Luis Valdés Peláez

Universidad de Oviedo

El turismo tiene una gran importancia en numerosos países y regiones. Tal es el caso de España: en donde es uno de los principales motores del crecimiento económico y del desarrollo social de nuestro país, tanto por su aportación al PIB como por su contribución a la balanza de pagos o por ser el principal generador de empleo.

Sin embargo, ante un entorno tan cambiante como el actual, en el que se están produciendo profundos cambios cada vez más rápidos y que afectan a nuestra vida diaria y lógicamente al turismo, se hace preciso reflexionar, en Congresos científicos como este, para que, desde la innovación y la mejora continua, sepamos dar respuesta a esos nuevos retos y la industria turística siga contribuyendo en el futuro al bienestar colectivo de nuestra sociedad.

En este sentido, el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 examina las “*áreas críticas de mejora*” que nuestro sector turístico debe abordar, con el fin de potenciar y mejorar su posición en el horizonte del año 2020. Una de estas siete áreas críticas de mejora es la innovación, más concretamente, incorporar la innovación como elemento diferencial de los negocios, los productos y los destinos turísticos, creando una nueva cultura de la innovación que caracterice al turismo español en el mundo. Todo ello encaminado al objetivo de “*desarrollar las ventajas diferenciales derivadas de una nueva economía en la que la innovación, el conocimiento y la captación del talento sean los activos estratégicos clave para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio*”.

- ✓ Innovación, impulsando *“un nuevo modelo de innovación horizontal para el conjunto del sistema, mejorando la capacidad científica y tecnológica, aumentando la efectividad y la eficiencia de los procesos de gestión”*.
- ✓ Conocimiento, desarrollando *“un sistema de inteligencia de referencia para el sector turístico español maximizando el acceso y la difusión del mismo”*.
- ✓ Talento, atrayendo, desarrollando y reteniendo *“el talento dentro del sector turístico, valorizando la carrera profesional y mejorando las prácticas de liderazgo y gestión de personas” (1)*.

Asimismo, la innovación también está estrechamente relacionada con el crecimiento y la diversificación de los productos turísticos. Es indudable de que disponemos de los recursos, pero es fundamental que esa potencialidad se transforme en productos: ese es el reto. Para ello es necesario su accesibilidad para ser disfrutados, su adecuación a las necesidades de los mercados, un diseño de marketing de producto, precio, distribución y promoción, así como mejoras de los equipamientos turísticos que completen el producto. Por tanto, es fundamental la innovación, el I+D+i; crear nuevos productos para nuevos mercados, algunos de ellos latentes, y poder siempre sorprender al turista, ofreciendo cosas nuevas que permitan diferenciarnos de la competencia. Se trata en definitiva, de crear un binomio mercado-producto.

A continuación voy a ir dando la palabra a cada uno de los ponentes que forman la Sesión 1 para que realicen sus exposiciones y después procederemos a un coloquio en el que pueden intervenir todos los asistentes.

(1) Plan del Turismo Español Horizonte 2020. www.turismo2020.es