



Turismo 2020

ITH Y SEGITTUR COINCIDEN EN QUE LA INNOVACIÓN MEJORA EL VALOR OFRECIDO AL CLIENTE

- El reto del sector para el 2020 es lograr que el sector turístico español sea el más competitivo, sostenible y con la mayor calidad+.

Barcelona, 9 de octubre de 2008.- El Instituto Tecnológico Hotelero y la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) coinciden en que la innovación se traduce en una mejora del valor ofrecido al cliente, según han puesto hoy de manifiesto en la I Jornada Innovación, clave para el turismo del Siglo XXI+, que organizan conjuntamente en Barcelona.

Esta jornada forma parte del acuerdo de colaboración suscrito entre SEGITTUR y el ITH, e impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo, el pasado mes de junio, dando respuesta así a las iniciativas previstas dentro del Plan del Turismo Español Horizonte 2020.

Para el presidente del Instituto Tecnológico Hotelero, José Guillermo Díaz Montañés, la innovación se puede materializar en la mejora del producto o servicio ofrecido al cliente, en la mejora de los procesos empresariales, en la forma de comercializar o en la estructura organizativa para que esté más orientada al perceptor del servicio.

En su opinión, en el desarrollo de la innovación turística existen dos actores clave las empresas como proveedores y las



administraciones gestoras de los destinos, ya que el valor al cliente ofrecido por el turismo depende en gran medida de las condiciones ofrecidas por el entorno de los destinos+.

En este sentido, la directora comercial de SEGITTUR, Elena Valcarce, explicó que desde la Administración Turística española se está trabajando para desarrollar en el sector las ventajas derivadas de una nueva economía en la que la innovación, el conocimiento, la captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos clave para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio.

En cuanto a los retos a los que se enfrenta el sector, Valcarce subrayó que es lograr que en el año 2020 el sector turístico español sea el más competitivo, sostenible y con la mayor calidad+.

Para ello, recordó las líneas maestras del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 y prestó especial atención al Programa Turismo Senior Europa, en el que actualmente trabaja el Gobierno, basado en la creación de un sistema de viajes en grupo, durante las temporadas media y baja, parcialmente bonificado por los Estados de destino dirigido a ciudadanos de entre 55 y 75 años.

Para el responsable de marketing del ITH, Jaime Pons, una manera sencilla de innovar por parte de los alojamientos es participar en estrategias de marketing social, haciendo que las webs de los hoteles sean más participativas, y se permite en ellas los comentarios por parte de los clientes.

Pons destacó la importancia de gestionar los comentarios tanto si son positivos como negativos, en este segundo caso recalcó la necesidad de ponerse en contacto con el cliente, dando una respuesta al problema planteado.

Durante las jornadas se repasaron las ayudas existentes de I+D+i para el sector hotelero, entre las que se citaron las previstas en el programa Eureka Tourism, gestionado por SEGITTUR.