



Congreso Internacional turismo Interior

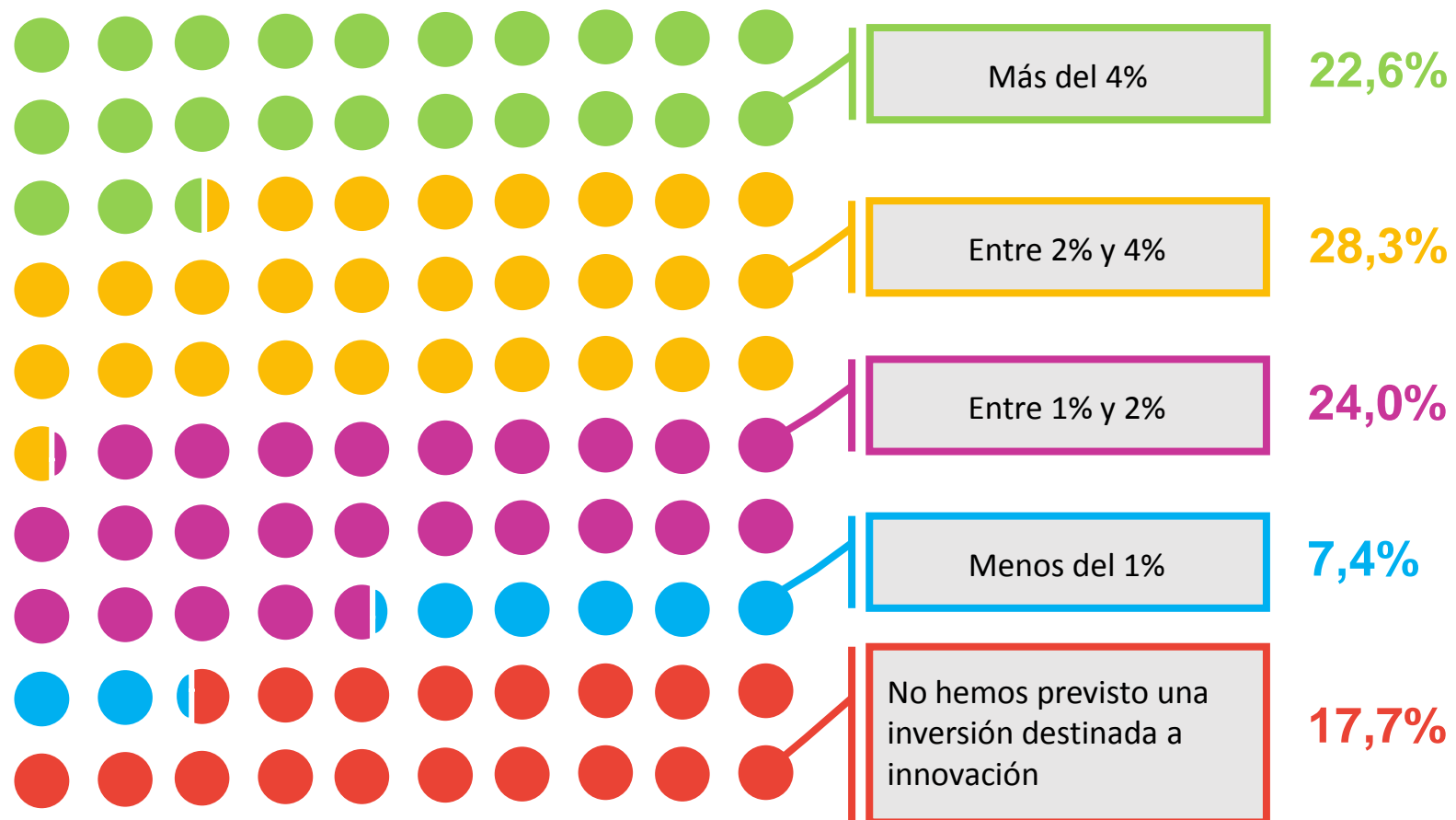
Avances de la innovación turística en España 2017

Josep-Francesc Valls

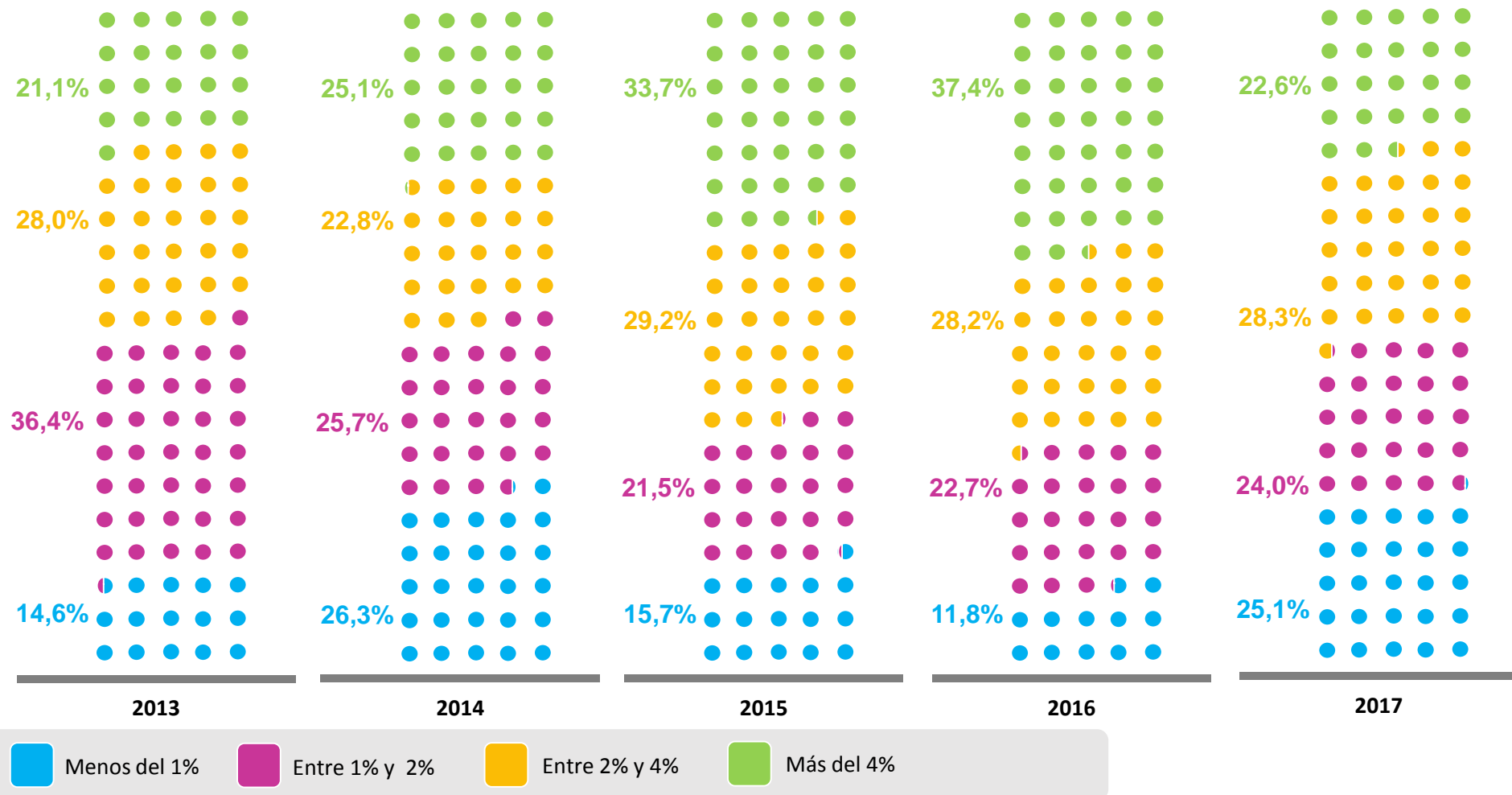
Catedrático ESADE Business School, director Aula Internacional
innovación Turística ESADECREAPOLIS

Plasencia 25 octubre 2017

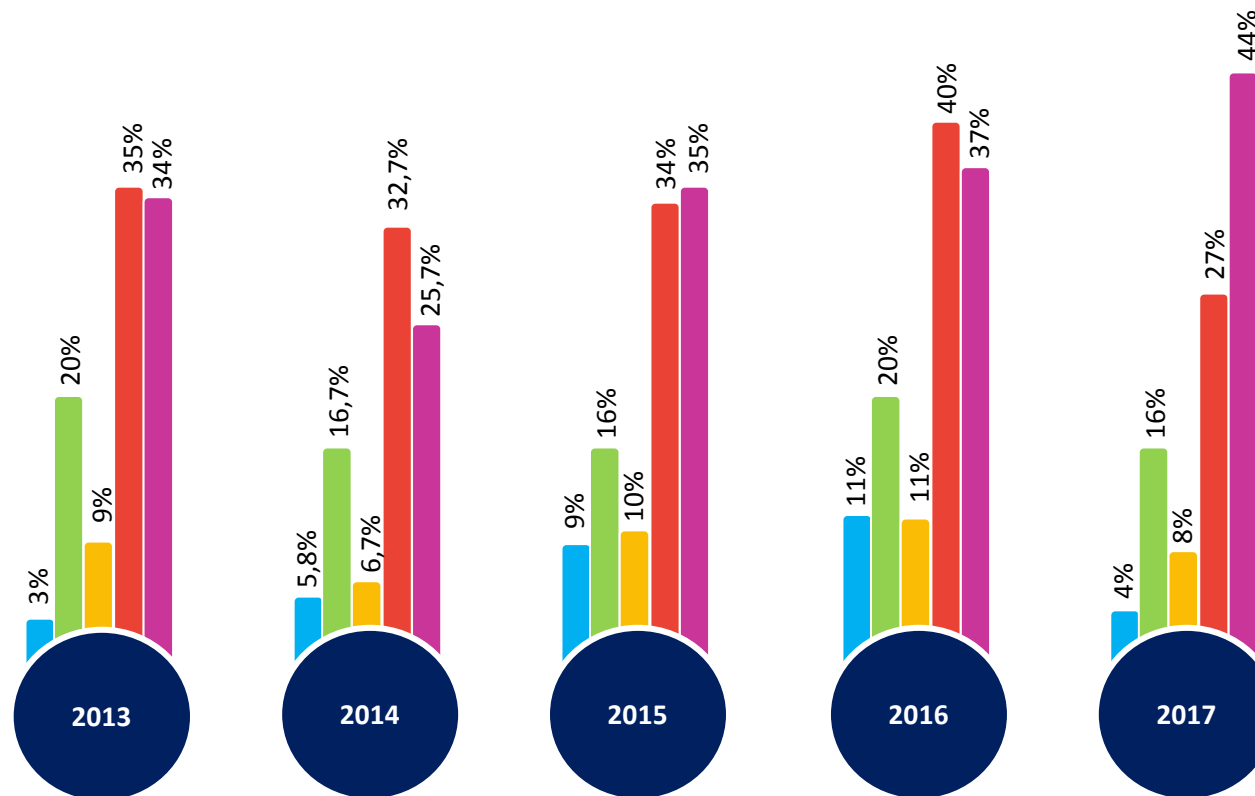
Porcentaje de la facturación destinado a la innovación en 2017



Porcentaje de la facturación destinado a la innovación 2013-2017



Comparativa ritmo innovación 2013-2017



No innovo y no tengo interés en iniciarme



No innovo pero tengo interés en iniciarme



Innovo y quiero ralentizar el proceso

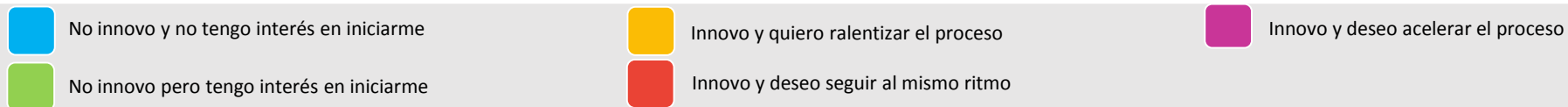
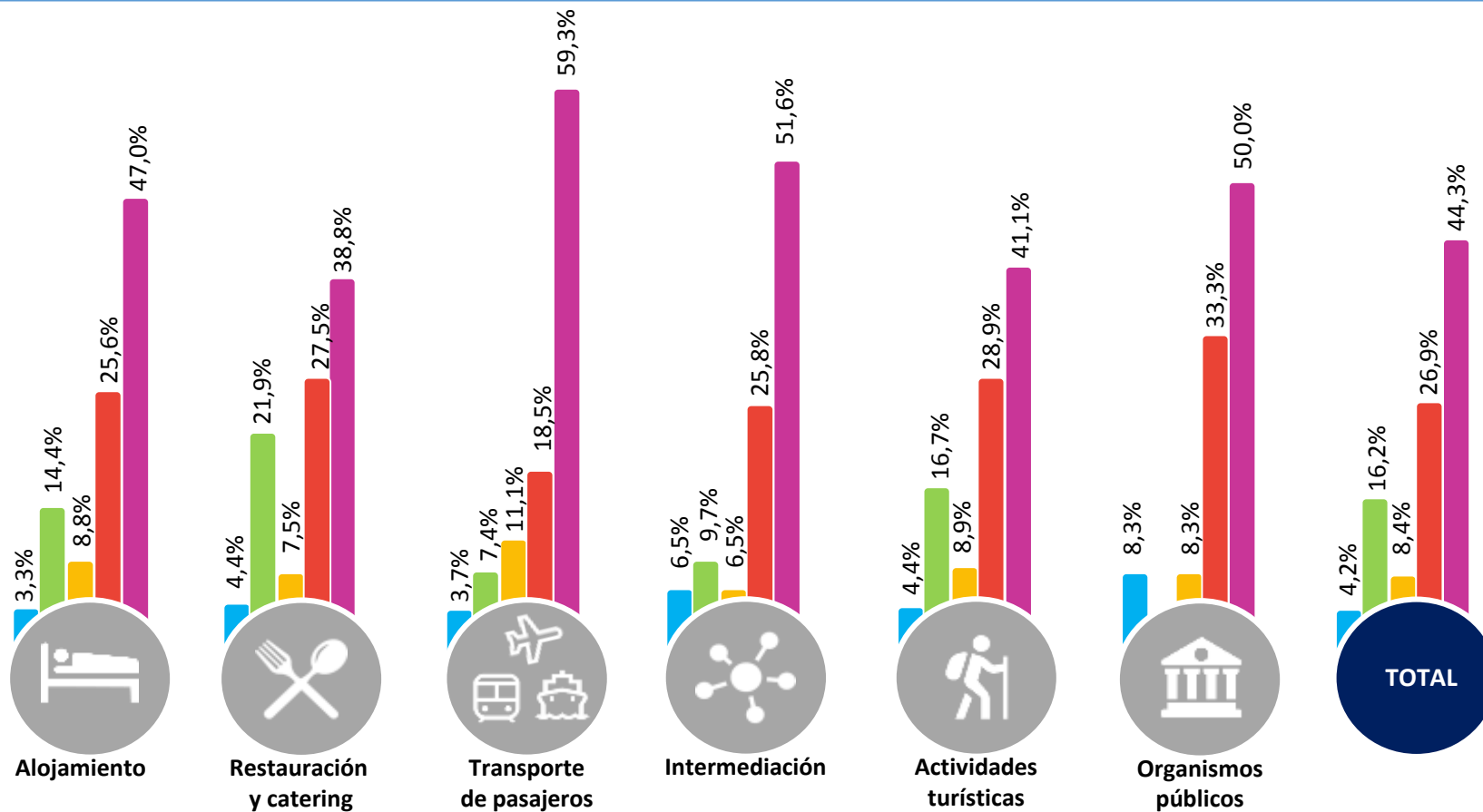


Innovo y deseo seguir al mismo ritmo

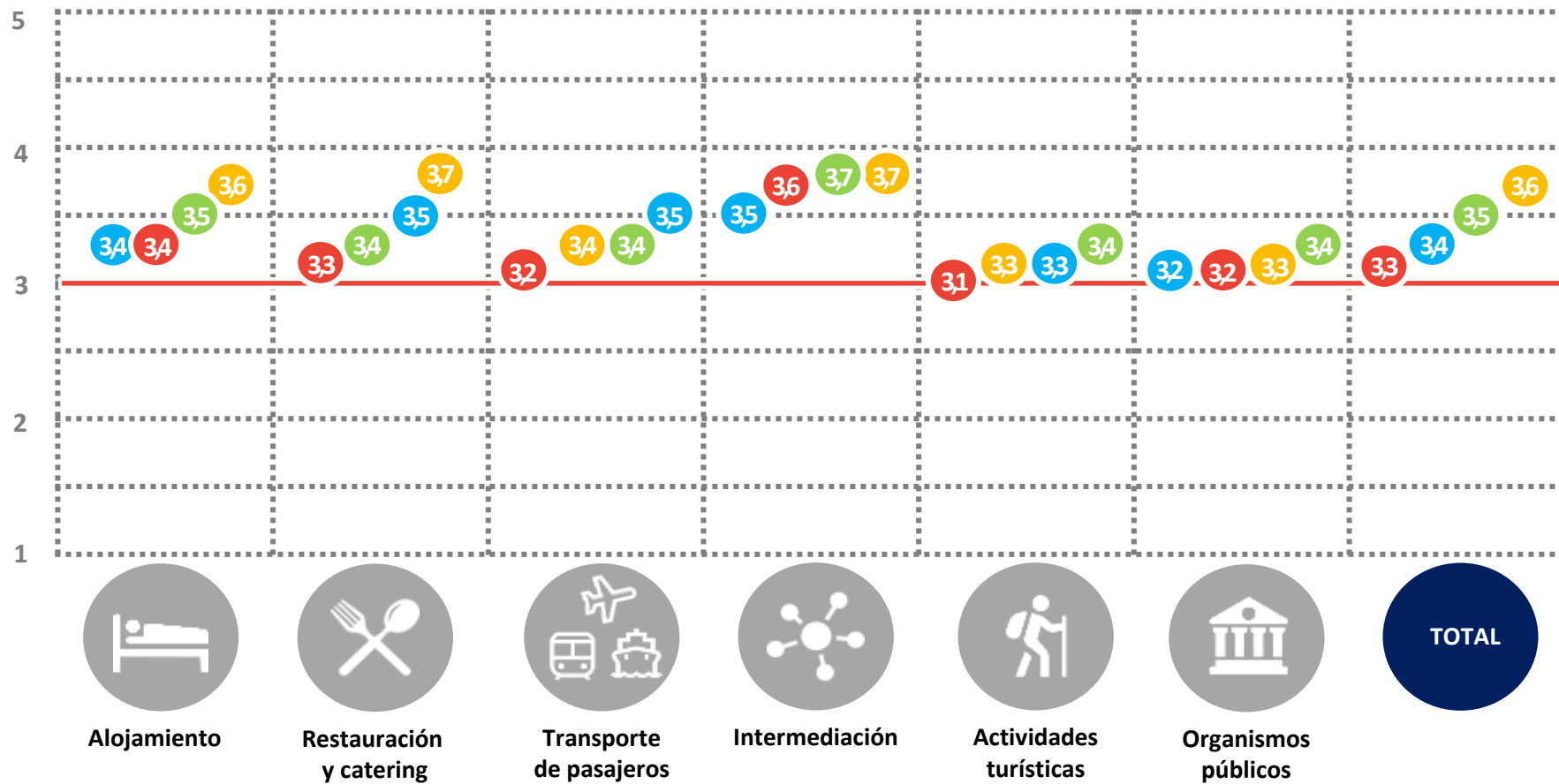


Innovo y deseo acelerar el proceso

Ritmo previsto de innovación a medio plazo



Contribución de la innovación a la competitividad y al reposicionamiento (Escala de 1 a 5)



Competitividad dentro del sub-sector



Competitividad respecto a otros destinos turísticos o países

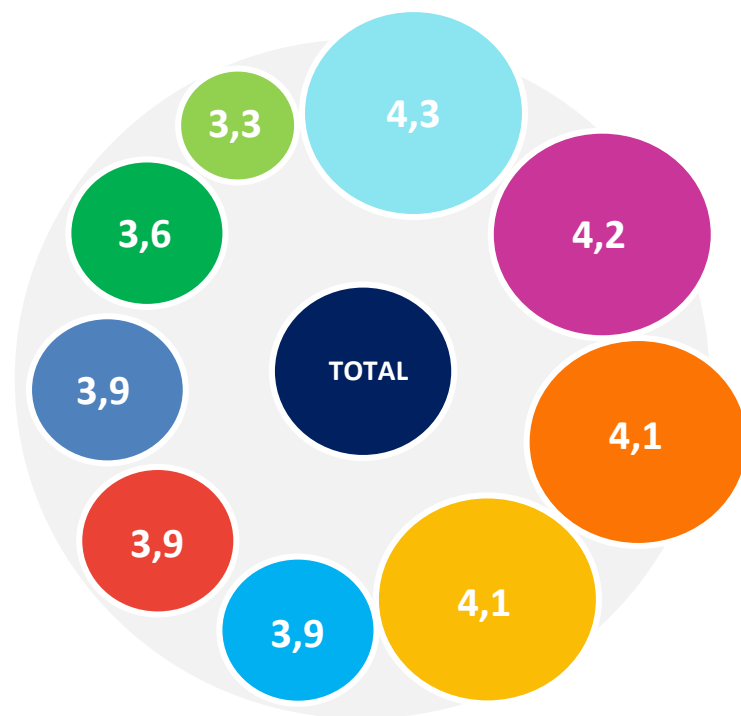


Crecimiento y resultados económicos de su negocio



Reposicionamiento del modelo turístico que compite solo en precio

Áreas de la innovación (escala 1 a 5)



Diferenciación en productos y servicios

Aumento de precio

Mejora de la imagen

Maximización del talento / personas

Mejora de servicio

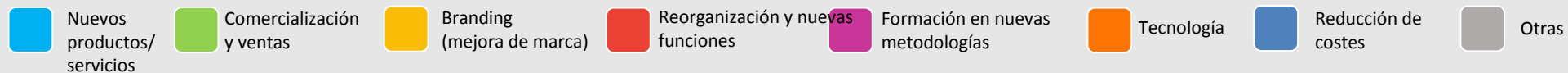
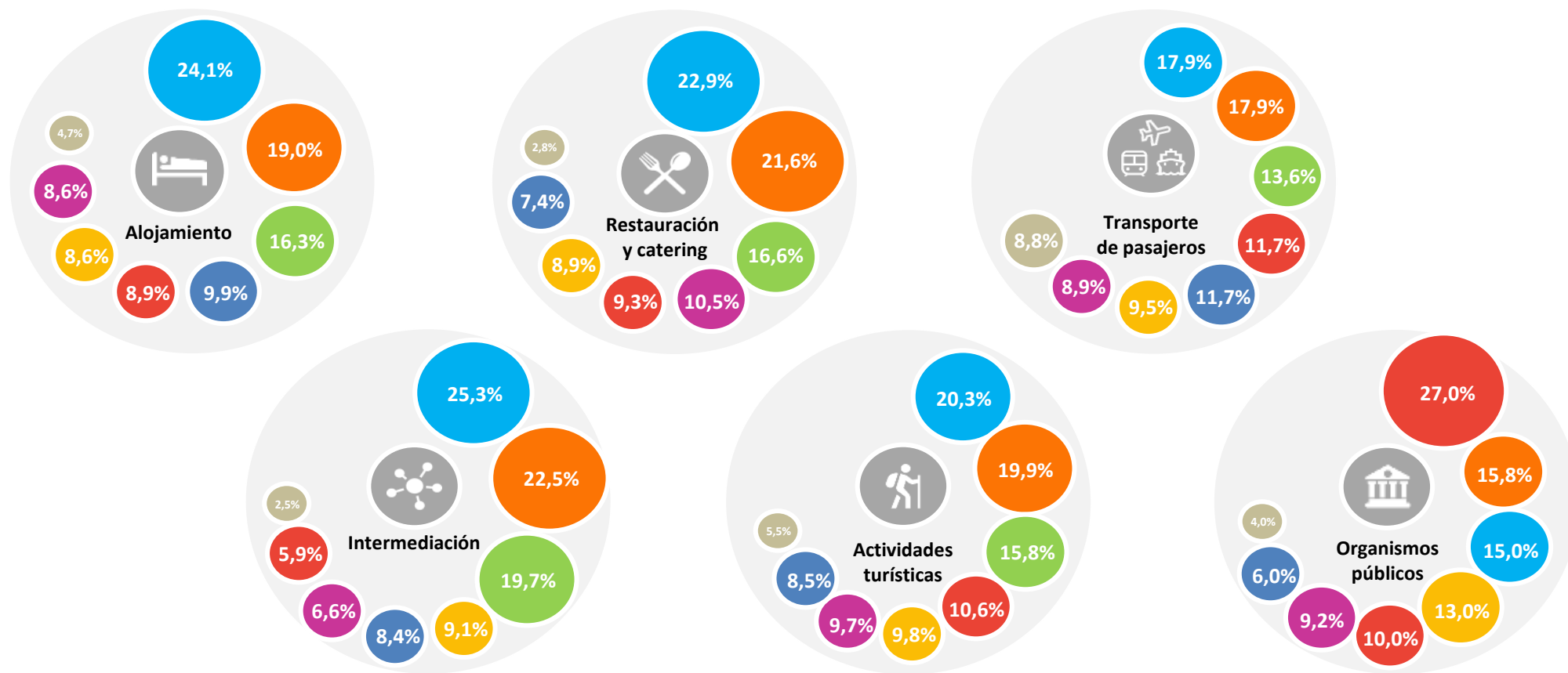
Mejora de las tecnologías para acercarse más al cliente

Reducción de costes

Mayor número de clientes

Mejora de la sostenibilidad y del medio ambiente

Áreas de la innovación por sub-sectores

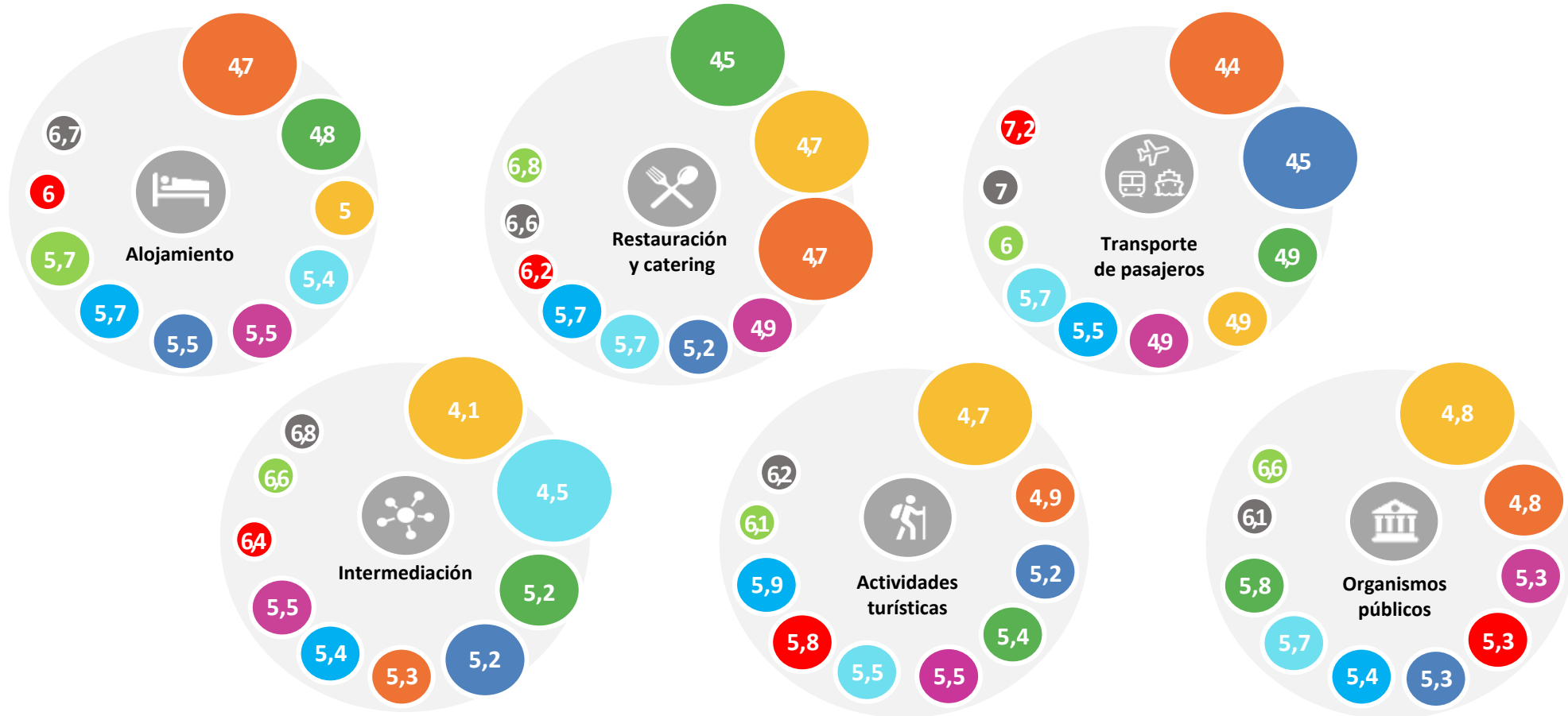


Ámbitos de la innovación

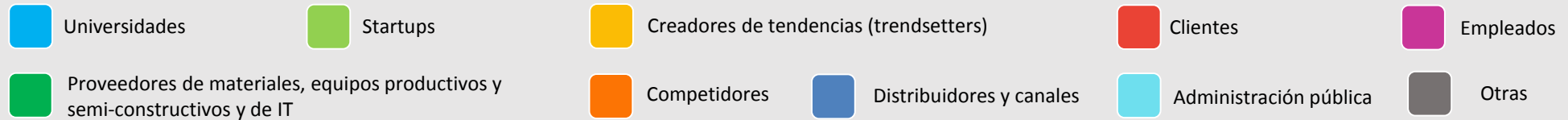
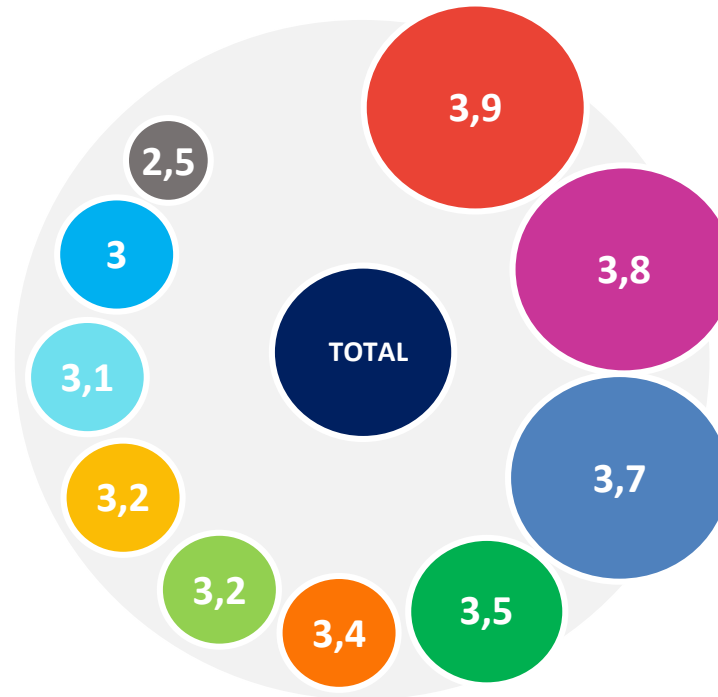


Factor	Posición media
Rendimiento de producto	4,76 ^a
Marca	4,77 ^a
Compromiso de cliente	4,84 ^a
Modelo de ingresos	5,23 ^a
Procesos	5,27 ^a
Canal	5,48 ^a
Sistema de producto	5,71 ^a
Estructura	6,11 ^a
Redes	6,20 ^a
Co-creación	6,60 ^a

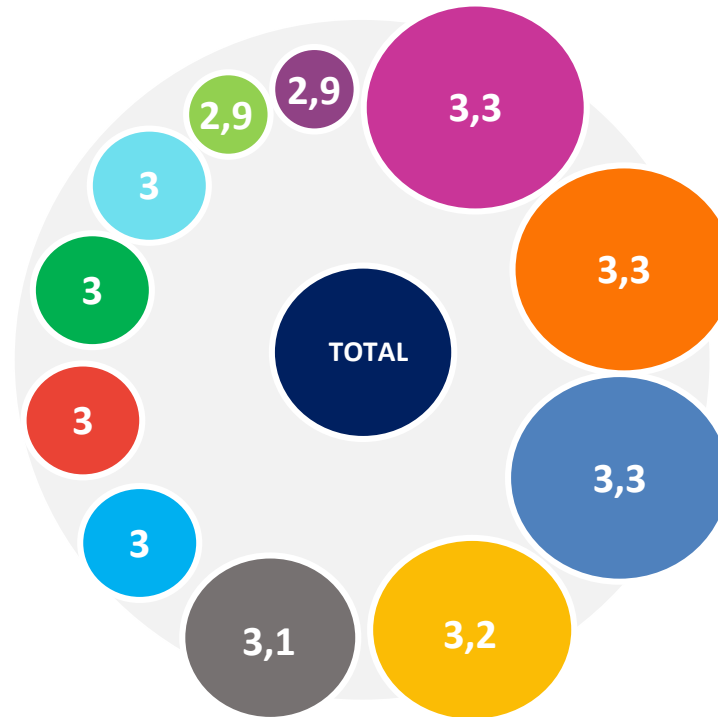
Ámbitos de la innovación por sub-sectores



Ecosistema de la innovación (escala 1 a 5)



Impacto de las tendencias de innovación (Escala 1 a 5)



Robótica / Automatización

Inteligencia Artificial /
Machine Learning /
Algoritmos

Economía Colaborativa /
Nuevos modelos de
Negocios

Wearables (Complementos
inteligentes, tecnología para
llevar)

Internet de las cosas, como la
conexión a la red de TV, coches,
libros,...)

Big Data / Analytics

Movilidad /
Geolocalización

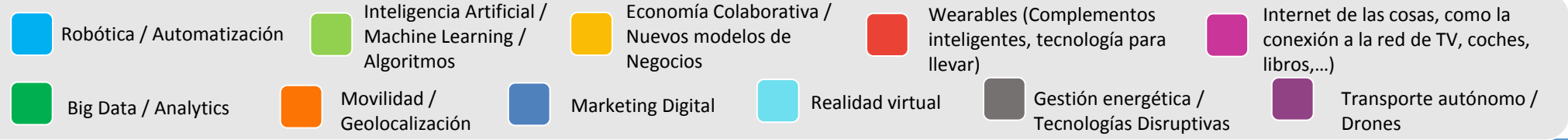
Marketing Digital

Realidad virtual

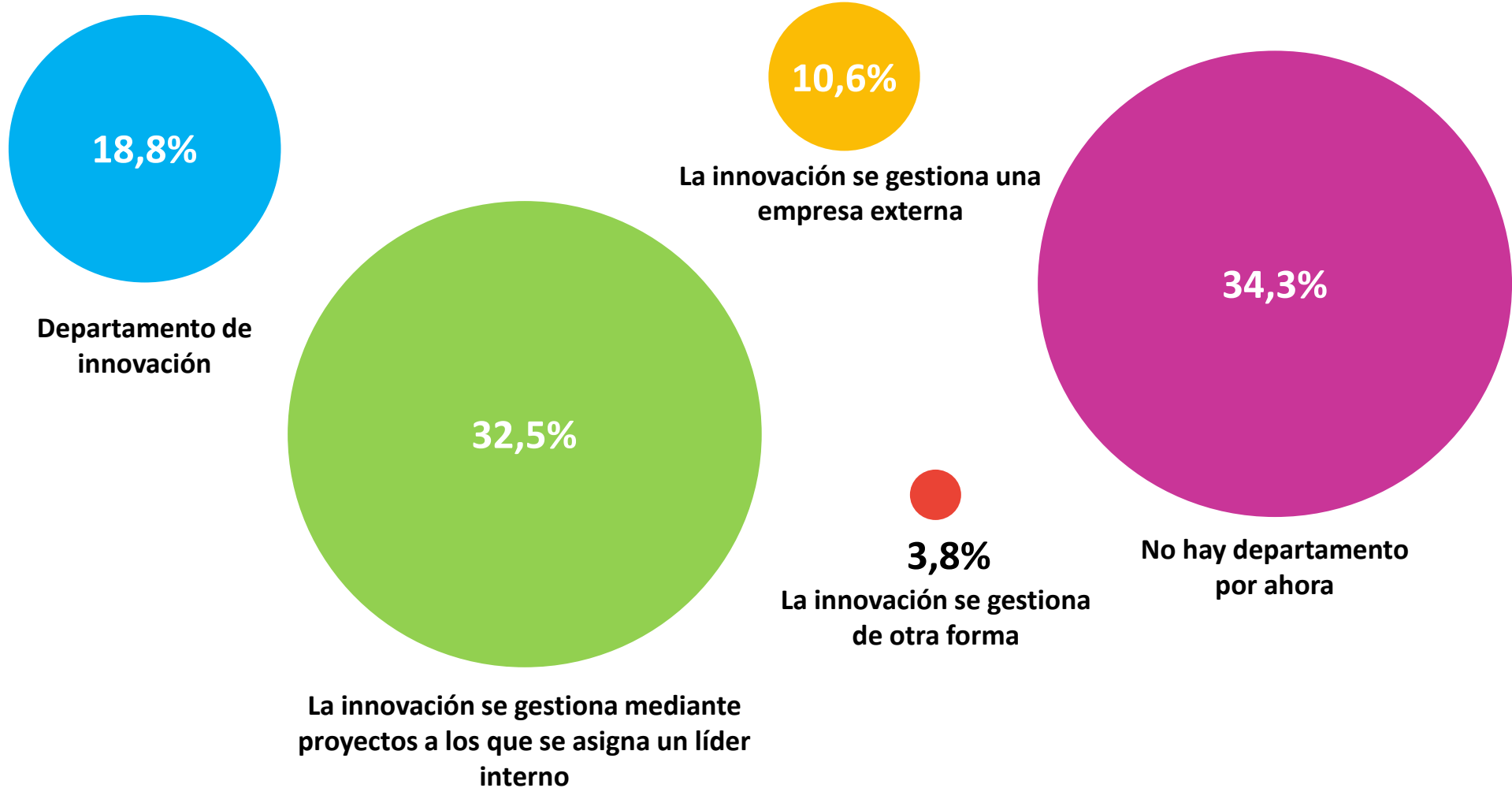
Gestión energética /
Tecnologías Disruptivas

Transporte autónomo /
Drones

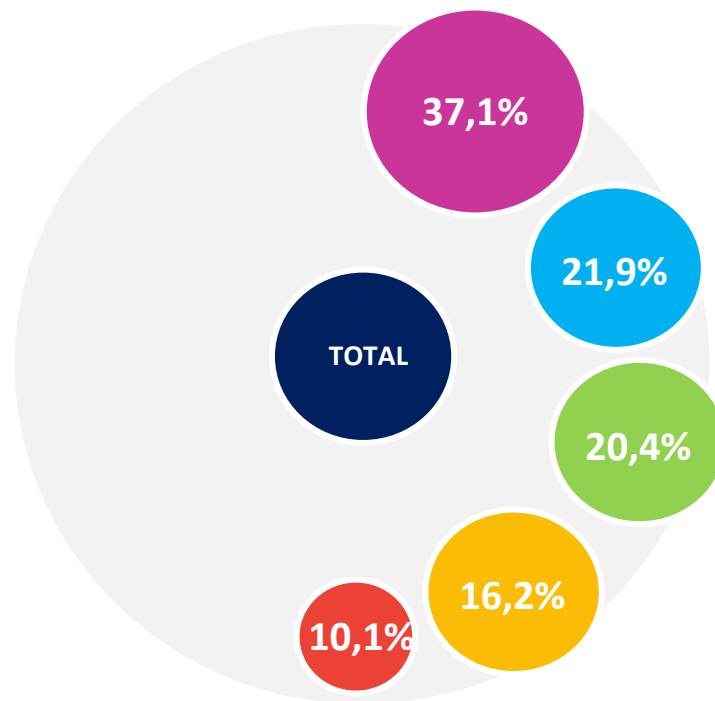
Impacto de las tendencias de innovación por sub-sectores (Escala 1 a 5)



Formas de gestionar la innovación



Formas de gestionar la innovación a medio plazo



Sí, mediante la creación de un departamento



Sí, mediante proyectos ad hoc



Sí, mediante una empresa externa



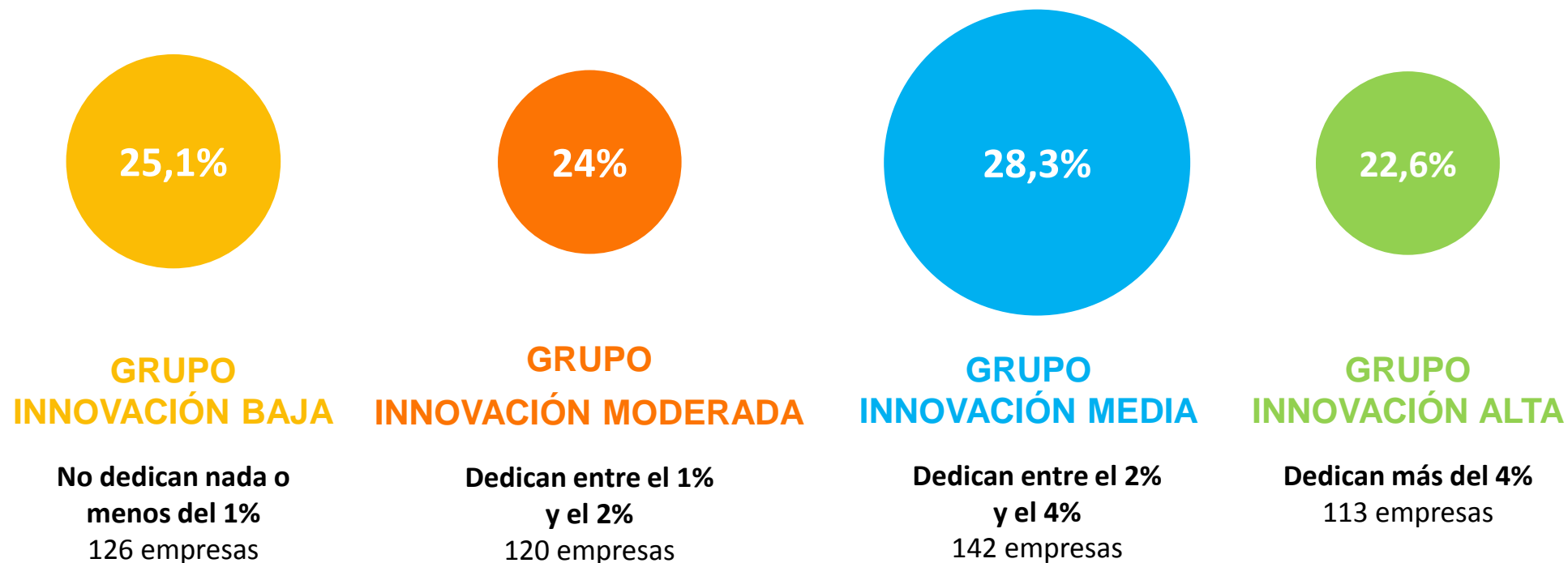
Sí, mediante otra forma



No tenemos intención de formalizar la innovación en el interior de mi empresa

Clústeres según porcentaje destinado a innovación

A partir del % de la facturación dedicado a la innovación:

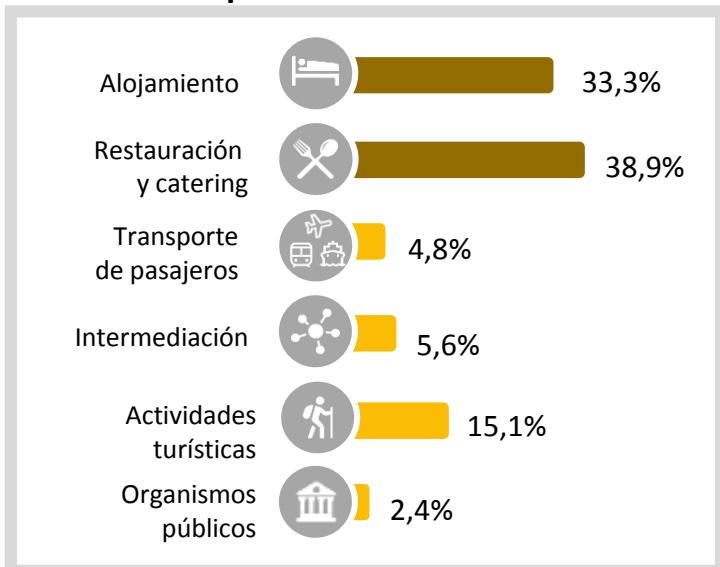


GRUPO INNOVACIÓN BAJA

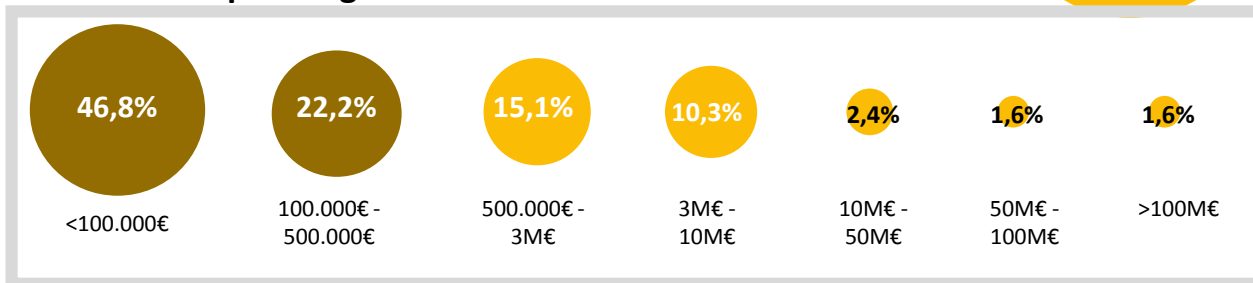
No dedican nada o menos del 1%
126 empresas

25,1%

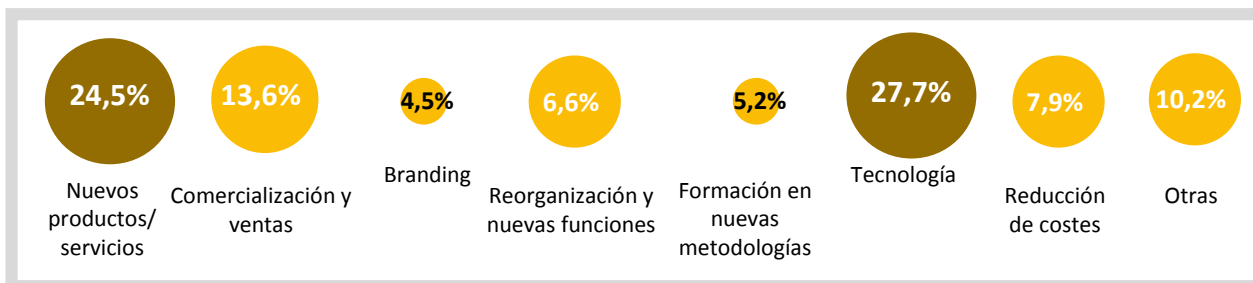
Distribución por sectores



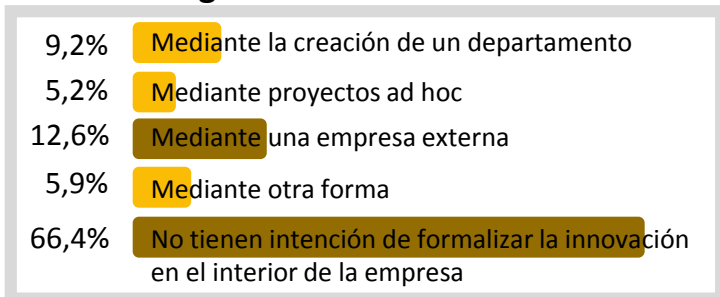
Distribución por rango de facturación



Inversión en áreas de innovación



Formas de gestionar la innovación



Ámbitos de innovación (Ranking)



GRUPO INNOVACIÓN MODERADA

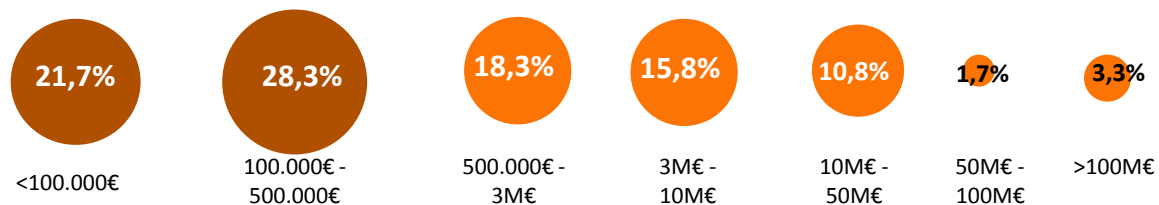
Dedican entre el 1% y el 2%
120 empresas

24%

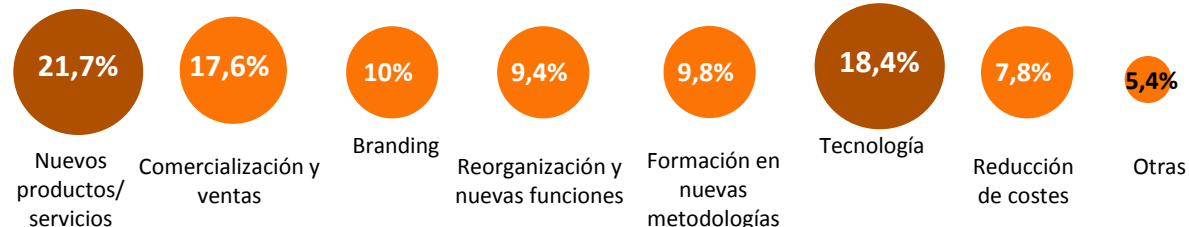
Distribución por sectores



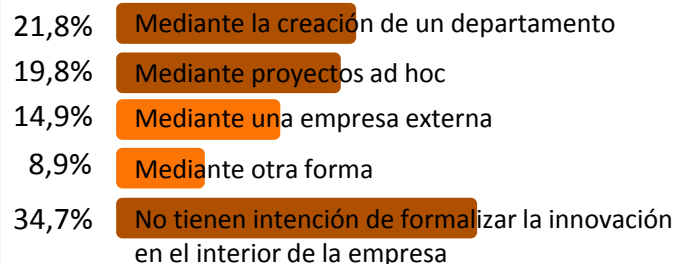
Distribución por rango de facturación



Inversión en áreas de innovación



Formas de gestionar la innovación



Ámbitos de innovación (Ranking)

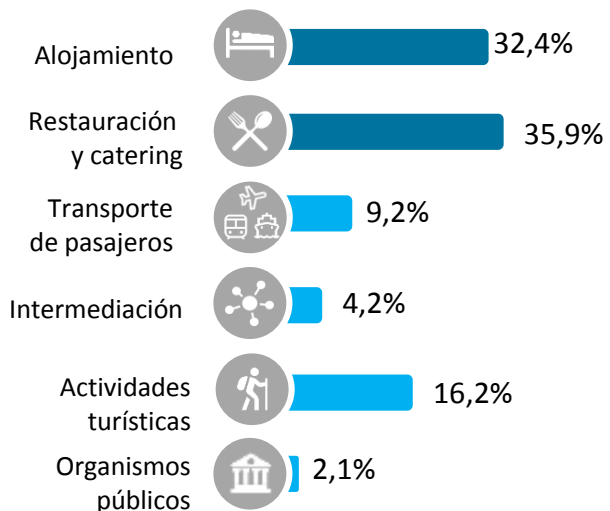


GRUPO INNOVACIÓN MEDIA

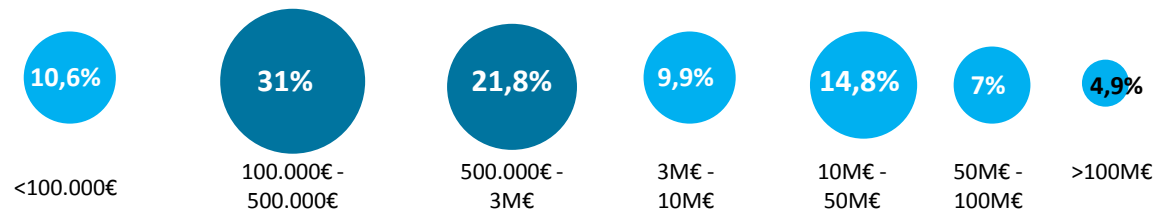
Dedican entre el 2% y el 4%
142 empresas

28,3%

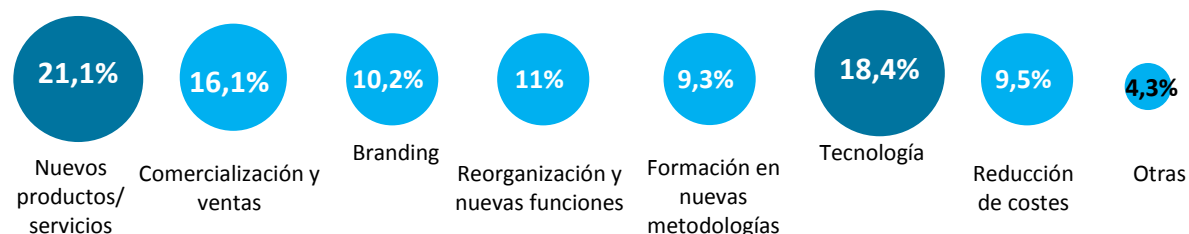
Distribución por sectores



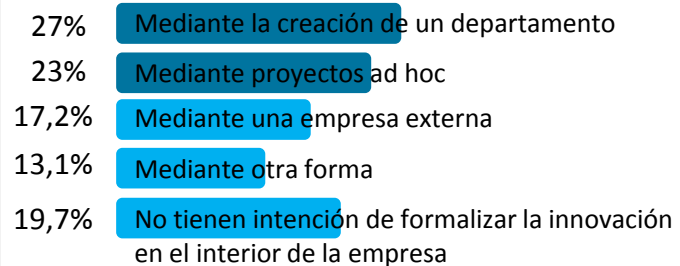
Distribución por rango de facturación



Inversión en áreas de innovación



Formas de gestionar la innovación



Ámbitos de innovación (Ranking)

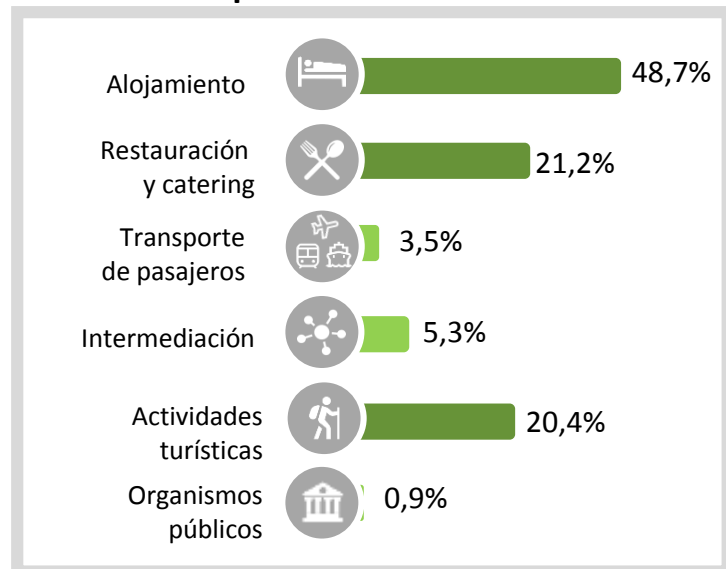


GRUPO INNOVACIÓN ALTA

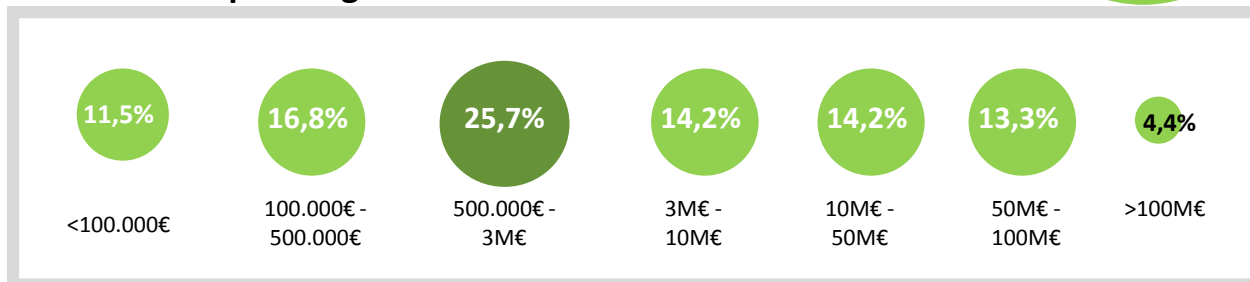
Dedican más del 4%
113 empresas

22,6%

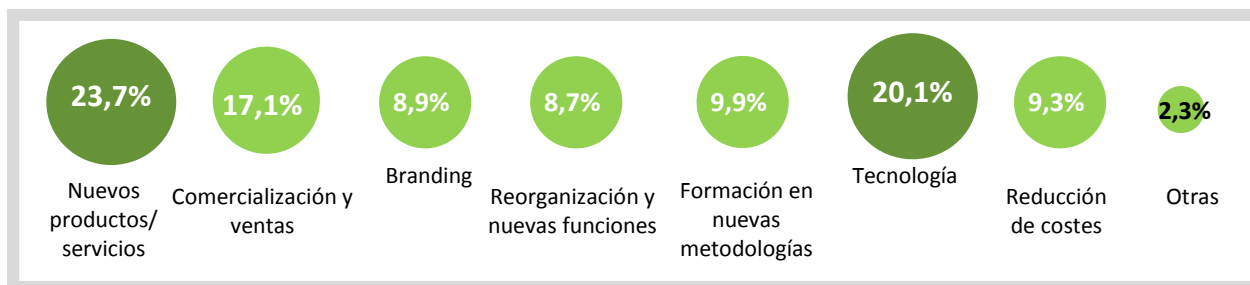
Distribución por sectores



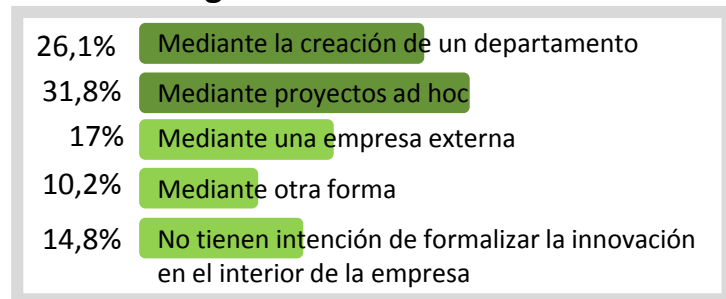
Distribución por rango de facturación



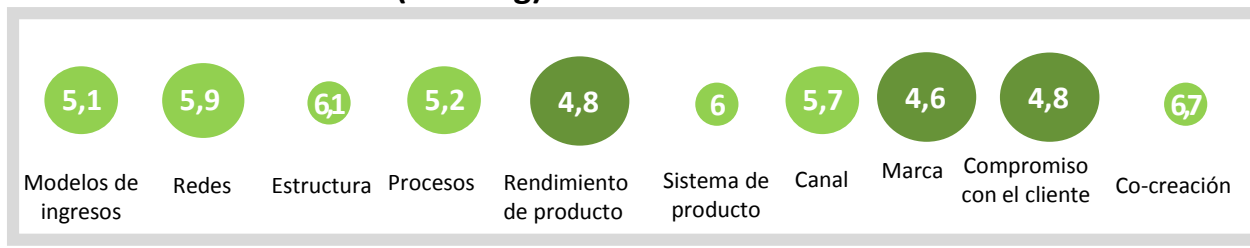
Inversión en áreas de innovación



Formas de gestionar la innovación



Ámbitos de innovación (Ranking)



Research question

Creación de los clústeres de Innovación según el porcentaje de inversión e innovación de las empresas

Comportamiento subsectorial
Hostelería, restauración, transporte, distribución, empresas de entretenimiento, ocio y cultura, y organismos públicos

Sistema de gestión de la innovación
Por departamentos, por proyectos ad hoc internalizados, externalizadamente, de otra forma, no aplican ningún sistema de gestión

Áreas de innovación preferentes

Nuevos productos y servicios
Comercialización y venta
Branding
Reorganización y nuevas funciones
Formación de nuevas metodologías
Tecnología
Reducción de costes
Otras

Ámbitos de innovación

Modelos de ingresos
Redes
Estructura
Procesos
Rendimiento del producto
Sistema de producción
Canal
Compromiso con el cliente
Co-creación

Conclusiones

- A mayor facturación, mayor nivel de inversión en innovación
- A mayor inversión en innovación, las empresas turísticas dedican mayores esfuerzos a la orientación al cliente: la co-creación y las redes aparecen en primer lugar
- Los mayores esfuerzos en innovación se realizan en las áreas de creación de nuevos productos superando las tecnologías
- La reducción de costes ya no es el principal objetivo de la innovación de las empresas turísticas españolas: le superan el branding, la formación en nuevas tecnologías, la reorganización y nuevas funciones, la comercialización y ventas, y la tecnología



Congreso Internacional turismo Interior
Innovación turística

josepf.valls@esade.edu