

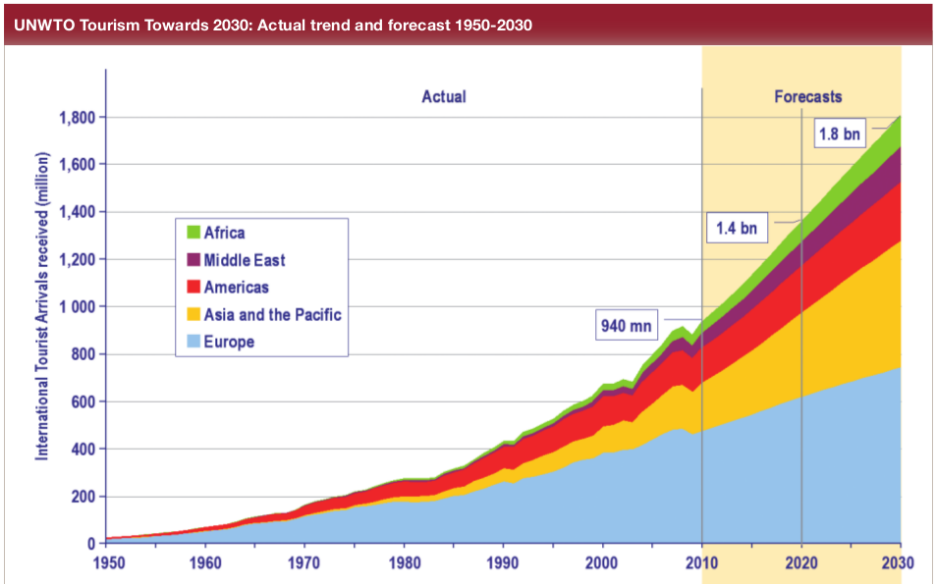


Turismo Inteligente versus Desarrollo Sostenible: Reflexiones para el debate

Eduardo Parra López, PhD
Presidente de la Asociación Española de Expertos en Turismo (AECIT)
Universidad de La Laguna
Gijón, Septiembre 2017



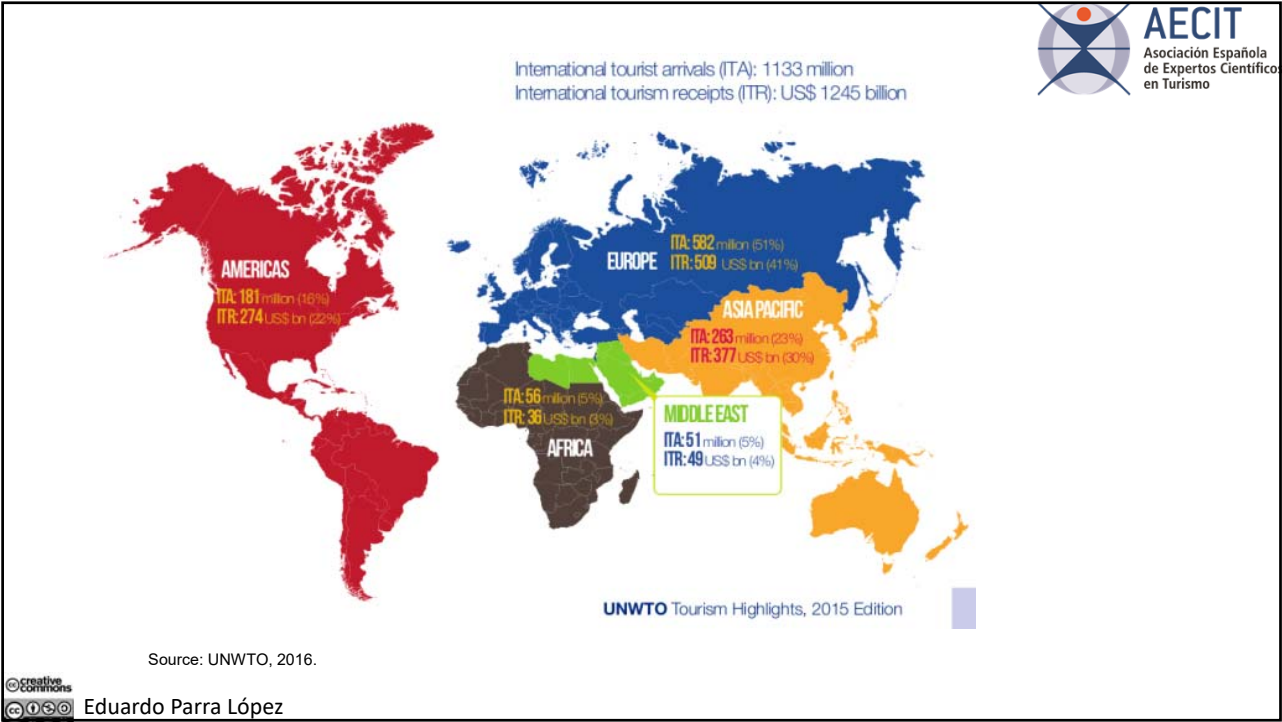
Eduardo Parra López



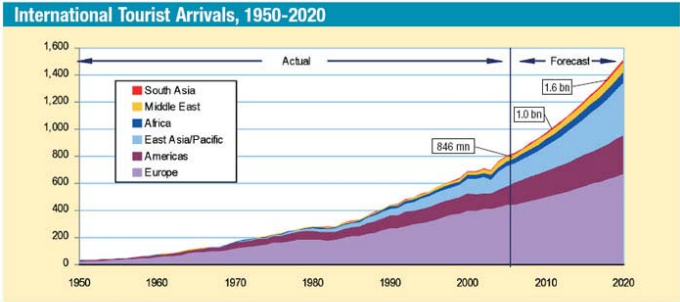
Source: UNWTO, 2015. World Tourism Organization 2016 stats – small growth in Africa



Eduardo Parra López



El turismo juega un papel cada vez más importante en el día a día de los países



¿Cómo medimos el rendimiento turístico?
¿Es la industria turística “amiga” o “enemiga” del medio ambiente?
Resiliencia, ¿a pesar de los cambios?



Eduardo Parra López

ALGUNOS DATOS



AÑOS EXCEPCIONAL CANARIAS 2106

PIB TURÍSTICO INTERANUAL CRECIO 9,5%
34,3% PESO DEL TURISMO DIRECTO EN NUESTRA ECONOMÍA
+4300 MILLONES EN LA ECONOMÍA CANARIA
312.466 EMPLEOS TURÍSTICOS
+ 900 MILLONES DE € GASTO PÚBLICO CORRIENTE
2200 MILLONES DE € RECAUDACIÓN FISCAL

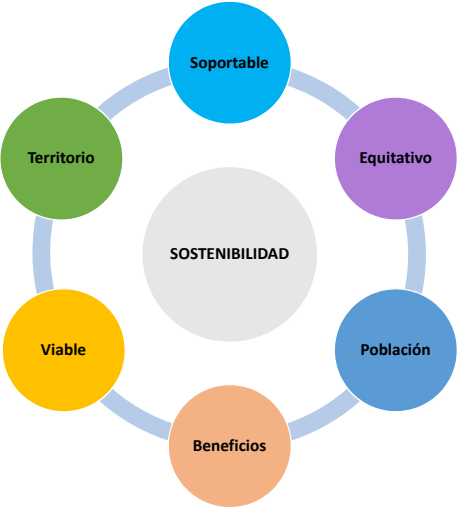
COMPARATIVA POR CC.AA. PIB TURÍSTICO VS EMPLEO

CANARIAS	BALEARES	ASTURIAS	ESPAÑA MEDIA
PIB 34%	44,8	10,27	11,1
EMPLEO 39,1	32,0	11,46	13



Eduardo Parra López

Y es en este contexto, donde el **turismo sostenible** se vuelve **más vital** para nuestros territorios



“Sostenibilidad significa tener en cuenta los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico. Debe establecerse un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para garantizar la sostenibilidad del turismo a largo plazo”

Source: UN World Tourism Organization



AECIT
Asociación Española
de Expertos Científicos
en Turismo



Eduardo Parra López

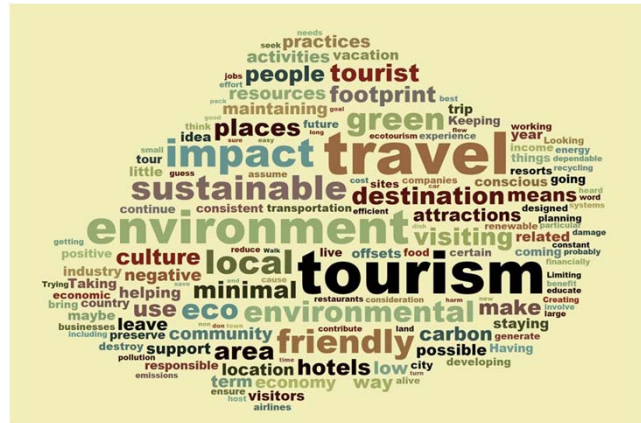




AECIT
Asociación Española
de Expertos Científicos
en Turismo



Eduardo Parra López



Eduardo Parra López



AECIT
Asociación Española
de Expertos Científicos
en Turismo

- Eco,
- Singles,
- Millennials,
- Aventura,
- Health-Medical,
- Family-Friendly,
- Religioso-Espiritual,

TURISMO SOSTENIBILE



Eduardo Parra López

Pero, ¿cómo hacemos **turismo sostenible** ?



✓ **Demanda de autenticidad**

Experimentar con lo real

✓ **"Piensa en verde"**

Cuidar el medio ambiente

Responsabilidad Personal

✓ **"Search for fulfillment"**

Experiencias transformadoras con un Significado más profundo

✓ **Inclusión Social**

Nuestra gente primero



Eduardo Parra López

Estrategias políticas: Creerse y seguir el principio de **subsidiariedad**



Foto: World Press Photo Award, 2017. Francis Pérez.



Foto: National Geographic Blue Hope, 2017. Francis Pérez.



Eduardo Parra López

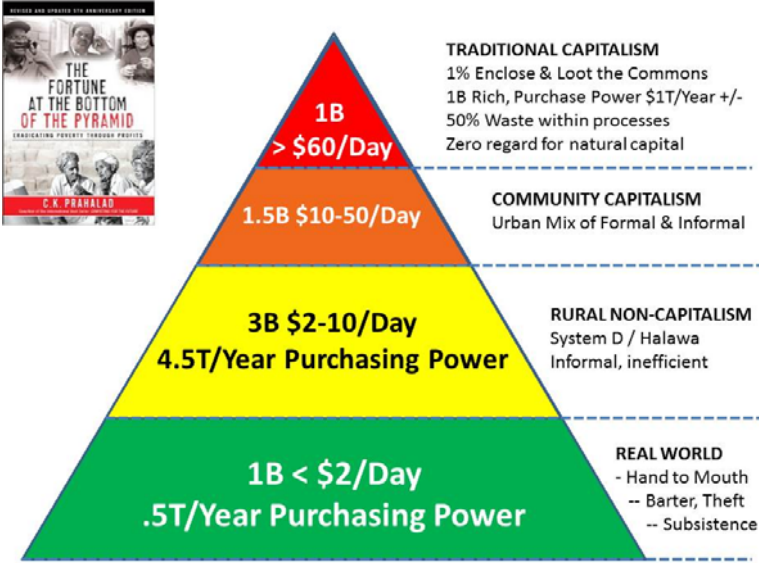
Teoría “Inclusión social” para el Turismo

¿por dónde pasa el futuro de la economía mundial?

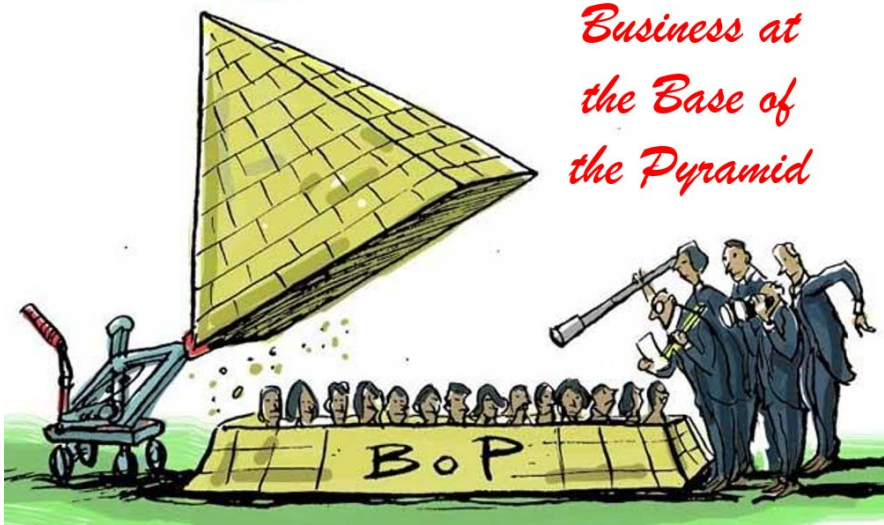


Eduardo Parra López

Base de la pirámide



Eduardo Parra López



Business at the Base of the Pyramid

Image source: The Economic Times
<http://economictimes.indiatimes.com/slideshows/corporate-industry/10-business-jargons-that-caught-fancy-of-corporate-world/bottom-of-the-pyramid/slideshow/39623273.cms>



AECIT
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo



Eduardo Parra López

Enfoques de Empresa social y RSE



AECIT
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	SOCIAL ENTERPRISE	INCLUSIVE BUSINESS	MAINSTREAM BUSINESS
EARLY DEVELOPMENTAL BARRIERS	Activities, projects, programmes and donations undertaken by a privately owned enterprise with an explicit aim to further a social good without the expectation of financial returns (not related to positive publicity) and which are not required by law	An organization that uses commercial, market-based strategies to improve human well-being, rather than maximize profits	Businesses whose models include the poor on the demand side as clients and customers—and on the supply side as employees, producers and business owners at various points in the value chain	Enterprises for which profit-making (or more broadly providing a financial return to owners) is the primary objective
HEALTH BARRIERS				
SKILL BARRIERS				
SOCIAL BARRIERS				
DECISION-MAKING BARRIERS				

← NOT-FOR-PROFIT MODELS HYBRID MODELS FOR-PROFIT MODELS →

Fuente: UNDP (2014) The role of the private sector in inclusive development: Barriers and opportunities at the base of pyramid



Eduardo Parra López

Capturar todas las oportunidades del sector público

¿Pero es el turismo una industria vertebradora para lograrlo?

DEFINING PUBLIC SECTOR INSTITUTIONS



Bilateral donors:
Public sector agencies that provide development assistance on behalf of a single donor country usually in the form of loans and grants.



Multilateral donors:
Public sector agencies that accept contributions from multiple donor countries and provide development assistance usually in the form of loans and grants.



Development Finance Institutions:
Financial institutions that provide alternative financing solutions to developing countries backed by states with developed economies.



Eduardo Parra López



AECIT
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo



Recomendaciones:

Acceso al público

Recursos del sector:

1. Comprender como funciona el tejido turístico
2. ¿Es correcto para tu modelo turístico?
3. Alinearse con objetivos más amplios
4. Aprovechar las redes y conexiones
5. Esperar ciclos de toma de decisiones más largos



Eduardo Parra López



AECIT
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

¿Pero tienen las instituciones públicas un **cuadro de indicadores clave** para el contexto turístico actual?

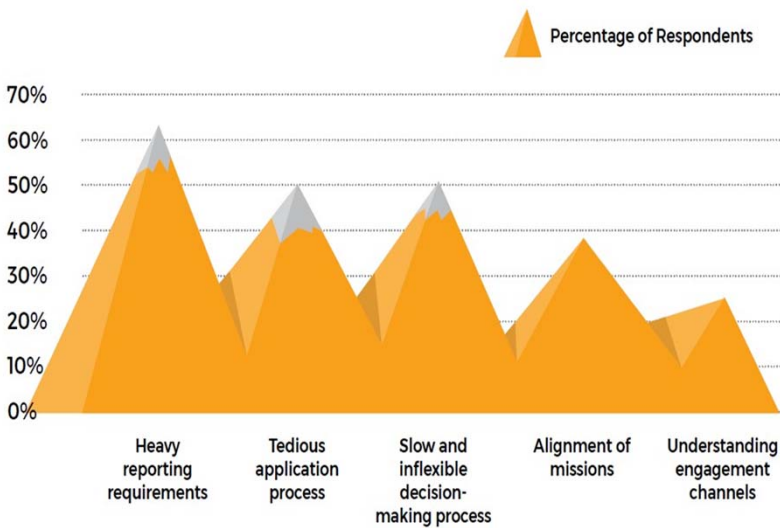


While rankings are ultimately subjective they are based on the following engagement indicators:



Eduardo Parra López

Top 5 Challenges for Social Enterprises Seeking Public Sector Funding



Eduardo Parra López



The Power of Community



 Eduardo Parra López

Participación general, en **enfoques empresariales inclusivos**



BARRIERS TO POVERTY EDUCATION	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	SOCIAL ENTERPRISE	INCLUSIVE BUSINESS	MAINSTREAM BUSINESS
EARLY DEVELOPMENTAL BARRIERS	Activities, projects, programmes and donations undertaken by a privately owned enterprise with an explicit aim to further a social good without the expectation of financial returns (not related to positive publicity) and which are not required by law	An organization that uses commercial, market-based strategies to improve human well-being, rather than maximize profits	Businesses whose models include the poor on the demand side as clients and customers—and on the supply side as employees, producers and business owners at various points in the value chain	Enterprises for which profit-making (or more broadly providing a financial return to owners) is the primary objective
HEALTH BARRIERS				
SKILL BARRIERS				
SOCIAL BARRIERS				
DECISION-MAKING BARRIERS				

← NOT-FOR-PROFIT MODELS HYBRID MODELS FOR-PROFIT MODELS →

*El **modelo de turismo inclusivo**, va más allá de un enfoque exclusivo sobre la gente con bajos recursos, como un grupo de consumidores, para centrarse en la construcción de habilidades para que puedan generar productos y servicios turísticos que el mercado pueda demandar*

Fuente: UNDP (2014) The role of the private sector in inclusive development. Barriers and opportunities at the base of pyramid

 Eduardo Parra López

- 1) **La pobreza en las islas y en territorios** en desarrollo es en gran medida, un problema estructural, más que un problema individual
- 2) **La falta de infraestructura**, información, capacitación y formación adecuada, un entorno normativo más propicio y un acceso más amplio a los servicios financieros, han limitado una actividad de mercado más dinámica
- 3) Además, en las Islas Canarias, por ejemplo, hay un **problema de desempleo grave con alrededor del 30%** de la población desempleada y el **60% del desempleo juvenil**. Y del **30% del desempleo, el 18%** no tiene formación

Con estos tres elementos, las islas deben ser consideradas como un **destino que debería buscar el beneficio mutuo** a través de **negocios inclusivos** en el turismo

¿Pero dónde encontramos esas oportunidades para el desarrollo?

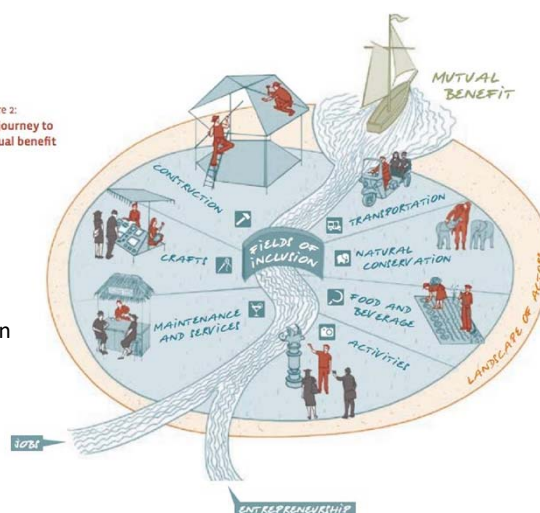
Caminos hacia la inclusión social:

Emprendimiento en los campos relacionados con el turismo

- I. **Mantenimiento y servicios tecnológicos**
- II. **Artesanía**
- III. **Comida, bebida y alojamiento**
- IV. **Transporte, conectividad y movilidad**
- V. **Conservación natural, cultural y patrimonial**
- VI. **Reinventando la Construcción**

Fuente: Destination Mutual Benefit . Guide to Inclusive Business in Tourism adapt for the islands

Figure 2:
The journey to
mutual benefit



The Schumpeterian Cycle of Innovation and Entrepreneurship

SCHUMPETER'S WAVES ACCELERATE

Water power
Textiles Iron

Steam
Rail
Steel

Electricity
Chemicals
Internal-combustion engine

Petrochemicals
Electronics
Aviation

Digital network
Software
New media

PACE OF INNOVATION

First Wave

Second Wave

Third Wave

Fourth Wave

Fifth Wave

1785

1845

1900

1950

1990

1999

2020

60 years

55 years

50 years

40 years

30 years

Eduardo Parra López

The infographic is divided into four quadrants, each representing a pillar of the circular economy. Each quadrant has a central icon, a title, a description, and logos of associated organizations.

- PRODUCTION:** The central icon is a red crossed wrench and screwdriver. The text describes the design, production, and distribution of goods through collaborative networks. Logos include *Utopia*, *Reform*, and *Quirky*.
- CONSUMPTION:** The central icon shows two people with a screen between them. The text describes the maximum utilization of assets through efficient models of redistribution and shared access. Logos include *Zipcar*, *car2go*, and *Urbia*.
- FINANCE:** The central icon shows a hand holding a coin, a lightbulb, and a hand holding a coin. The text describes person-to-person banking and crowd-driven investment models that decentralize finance. Logos include *500X*, *ROCKSTARTER*, *SPARKLE*, and *500X*.
- EDUCATION:** The central icon shows two people with a brain between them. The text describes open education and person-to-person learning models that democratize education. Logos include *COUDOTOG*, *SKILLSHARE*, and *MOOC*.

At the bottom right, the text reads: **COLLABORATIVE LAB | 2014-2015**

NEW TECHNOLOGIES UNLOCK A HIDDEN WEALTH OF UNDERUTILIZED RESOURCES



SOCIAL LOCAL MOBILE

UNLOCK

IDLING CAPACITY: untapped social, economic and environmental value of underutilized/idle assets.

Eduardo Parra López

¿PERO QUÉ SIGNIFICA PARA NOSOTROS?

CONSUMO COLABORATIVO

AECIT
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

creative commons
Eduardo Parra López

#TURISMO INTELIGENTE

AECIT
Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

creative commons
Eduardo Parra López

#Turismo Inteligente



- a) Movilidad de personas
- b) Exceso de información y batalla de los datos
- c) Interdependencia entre conocimiento e innovación para la sostenibilidad y crecimiento
- d) Gobernanza global
- e) Reinención de los modelos urbanos de las ciudades
- f) Nuevo concepto: INTELIGENCIA TURÍSTICA.....



NOS ENFRENTAMOS A CONTEXTOS TURÍSTICOS DE INCERTIDUMBRE Y EN CONSTANTE EVOLUCIÓN



Eduardo Parra López

3 @ SOBRE INTELIGENCIA TURÍSTICA



@ Mensaje 1: Aprendizaje y adaptación

@ Mensaje 2: Entender nuestra sociedad y sus cambios

@Mensaje 3: Combinar conocimiento e interacción para alcanzar los objetivos turísticos en una amplia variedad de entornos



@ MENSAJE: "TECNOLOGÍA COMO MEDIO PARA ENFRENTAR EL CAMBIO Y LA INNOVACIÓN TURÍSTICA"



Eduardo Parra López

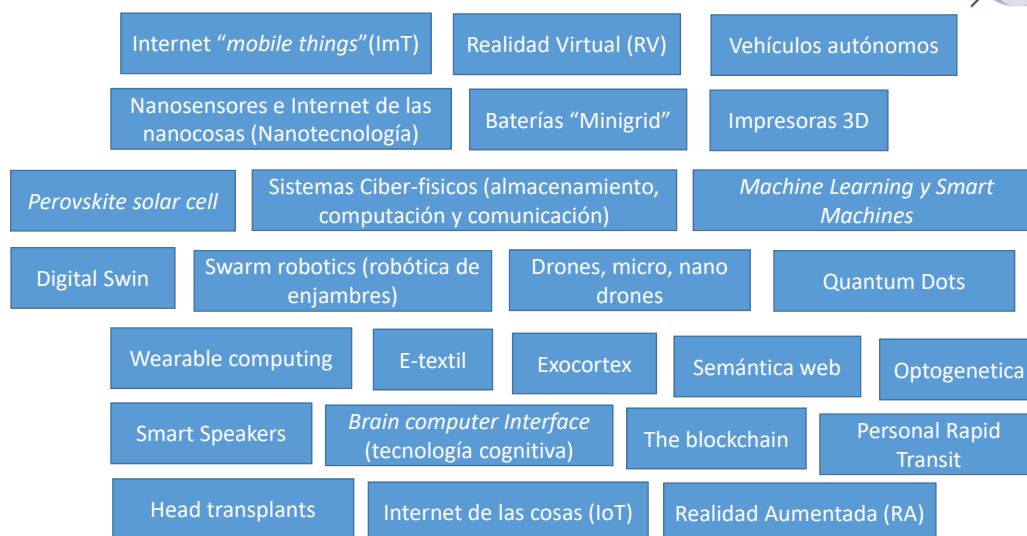
4 # DE TECNOLOGÍA para el turismo.....

- Transforma la experiencia del usuario...**#EMOCIONA**
- Genera nuevos modelos de negocio...**#TRANSMUTA Y REINVENTA**
- Ayuda a personalizar los procesos...**#PERSONALIZACIÓN**
- Convierte a los entornos turísticos en plataformas de innovación...**#PLATAFORMIZACIÓN**



Eduardo Parra López

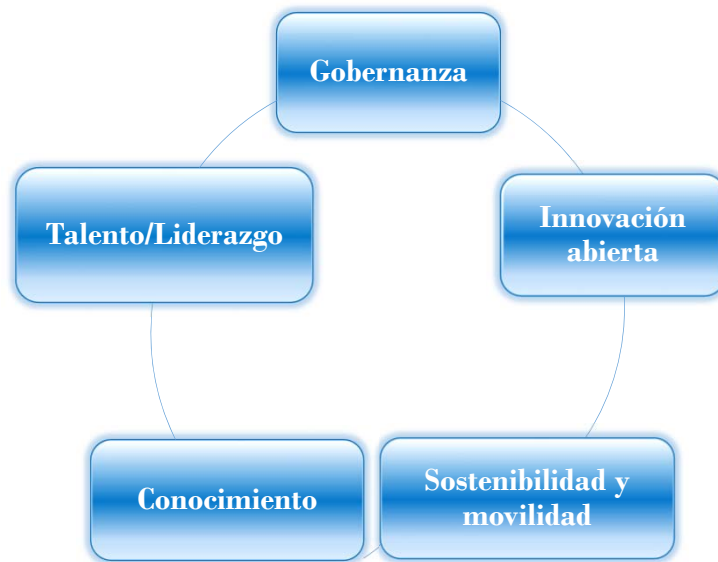
¿Y QUE TECNOLOGÍAS VIENEN Y NOS CAMBIARAN?



Eduardo Parra López

TECNOLOGÍA CONVERGENTES PARA EL CAMBIO

Elementos clave para un desarrollo inteligente en los destinos turísticos



Eduardo Parra López

Elementos clave para un desarrollo inteligente en los destinos turísticos



- Debemos crear una **gobernanza colaborativa y abierta**
- Crear **sistemas** capaces de articular el **conocimiento turístico**
- Es necesario incorporar **nuevo talento turístico** y **atraer talento** a nuestra industria
- **Integrar la sostenibilidad de forma transversal** con criterios e indicadores de medición, evaluación, con una inclusión real en la gestión y usando la tecnología como medio
- **Innovación turística** con nuevas prácticas, cambios de paradigmas y con una gran relevancia en el contexto turístico



Eduardo Parra López



AECIT
Asociación Española
de Expertos Científico
en Turismo

THE GLOBAL GOALS





Eduardo Parra López



AECIT
Asociación Española
de Expertos Científico
en Turismo

Reflexiones para el debate...

1. **Alinearse** con los conceptos y prácticas de desarrollo sostenible y las prioridades del sector público, **SUBSIDIARIEDAD**
2. **Desarrollar enfoques sociales inclusivos** para las empresas turísticas, espíritu empresarial y Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que beneficien la creación de empresas turísticas y generación de empleo
3. **Ganar y mantener la competitividad turística**, fomentando una cultura de innovación y transformación en el tejido empresarial y tecnología, **REINVERTIR MODELOS NEGOCIO TURÍSTICO**
4. **Preservar y conservar**, los recursos culturales, naturales y patrimoniales
5. **Mejorar la calidad de vida de los residentes**, siendo la tecnología el medio que nos sirva de vehículo conductor
6. **Expandir y cuidar**, el tejido Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas (PYMEs), **EMPREDIMIENTO....**
7. **Asegurar que los visitantes y los residentes**, compartan equitativamente los territorios de forma que sea seguro para vivir y visitar.





Eduardo Parra López

Conclusion

Piensa Globalmente
Actúa Localmente
Pero se RESPONSABLE



 Eduardo Parra López

MUITO OBRIGADO



Eduardo Parra López (PhD)
Presidente de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)
Universidad de La Laguna
HUELLA DIGITAL
eparra@ull.edu.es
@eparralo
<http://www.facebook.com/eduparralopez>
<http://es.linkedin.com/in/eduardoparralopez>

 Eduardo Parra López