



AGENDA DE INNOVACIÓN DE GUERRERO

DOCUMENTOS DE TRABAJO

4.2 AGENDA DE ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN: TURISMO

Diciembre 2014

Índice

| | |
|---|----|
| 1. Agenda por área de especialización | 4 |
| 2. Área de especialización: Turismo | 4 |
| 2.1. Breve descripción del área de especialización..... | 4 |
| 2.2. Distribución del área de especialización en México y posicionamiento del estado. | 5 |
| 2.2.1. Posicionamiento de Guerrero en el área de especialización | 8 |
| 2.2.2. Factores diferenciales del estado..... | 9 |
| 2.2.3. Principales tendencias de la innovación en el área de especialización a nivel mundial | 9 |
| 3. Breve descripción del ecosistema de innovación | 14 |
| 3.1. Mapa de los agentes del ecosistema de innovación | 14 |
| 3.2. Principales Instituciones de Educación Superior y centros de investigación. | 15 |
| 3.3. Detalle de empresas RENIECYT del área | 15 |
| 4. Análisis FODA..... | 16 |
| 5. Objetivos del área de especialización | 17 |
| 6. Nichos de especialización y líneas de actuación | 18 |
| 6.1. Nichos de especialización | 18 |
| 6.2. Líneas de actuación..... | 18 |
| 6.2.1. Desarrollo de nuevos productos turísticos..... | 18 |
| 6.2.2. Gestión del destino..... | 19 |
| 6.2.3. Colaboración público-privada..... | 19 |
| 6.2.4. Profesionalización y Emprendedurismo..... | 20 |
| 7. Descripción de proyectos prioritarios..... | 21 |
| 7.1. Metodología innovadora para la creación de productos turísticos (Club de Producto), desarrollando el proyecto piloto “Sitios de hospedaje del Triángulo del Sol” | 21 |
| 7.2. Observatorio turístico de Guerrero | 22 |
| 7.3. Distintivo de Calidad “Triángulo del Sol” para empresas turísticas..... | 22 |
| 7.4. Incubadora para el apoyo de Emprendedores en el sector turístico | 23 |
| 8. Portafolio de proyectos | 24 |

Índice de ilustraciones

| | |
|---|----|
| ILUSTRACIÓN 1 ESQUEMA DEL MARCO ESTRATÉGICO DEL ÁREA TURISMO | 4 |
| ILUSTRACIÓN 2 EVOLUCIÓN DEL PIB TURÍSTICO (2008-2012, MILES DE MDP) | 6 |
| ILUSTRACIÓN 3 COMPOSICIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS (2012) | 6 |
| ILUSTRACIÓN 4 EVOLUCIÓN DE LA IED (2009-2013) | 7 |
| ILUSTRACIÓN 5 PORCENTAJE DE LA IED EN ALOJAMIENTO, PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO (2009-2013) | 7 |
| ILUSTRACIÓN 6 CADENA DE VALOR DEL SECTOR TURISMO | 8 |
| ILUSTRACIÓN 7 DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN GUERRERO (2012) | 9 |
| ILUSTRACIÓN 8 DISTRIBUCIÓN DE LOS VIAJES INTERNACIONALES | 10 |
| ILUSTRACIÓN 9 MAPA DE LOS AGENTES DEL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN DEL ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN TURISMO EN GUERRERO | 14 |
| ILUSTRACIÓN 10 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA AGENDA DE GUERRERO Y OBJETIVOS SECTORIALES DEL ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN | 17 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| TABLA 1: CINCO ENTIDADES CON 50% DE LA APORTACIÓN AL PIB TURÍSTICO EN MÉXICO (2012, MILES DE MDP, %) | 6 |
| TABLA 2 ANÁLISIS FODA DEL ÁREA TURISMO | 16 |
| TABLA 3 NICHOS DE ESPECIALIZACIÓN Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN DEL ÁREA TURISMO | 18 |
| TABLA 4 PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE LA AGENDA DE INNOVACIÓN DEL ESTADO DE GUERRERO | 24 |

1. AGENDA POR ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN

La Agenda Estatal de Innovación define una estrategia que se refleja principalmente en dos grandes componentes:

- Un marco estratégico, reflejado en una serie de objetivos estratégicos, nichos de especialización y líneas de actuación.
- Una cartera de proyectos, algunos de los cuales se clasifican como prioritarios en función de su relevancia y del impacto sectorial esperado.

2. ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN: TURISMO

2.1. Breve descripción del área de especialización

En los últimos años se ha venido desarrollando un intenso proceso de reflexión en relación al sector turístico de Guerrero, tanto en el marco de las iniciativas promovidas por la Secretaría de Turismo y los agentes privados del estado, como de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México, que se han elaborado para Taxco, Ixtapa - Zihuatanejo y Acapulco, en colaboración con SECTUR.

En colaboración con la Subsecretaría de Servicios Turísticos del Gobierno de Guerrero, se ha llevado a cabo un proceso de análisis de los diagnósticos, líneas de actuación y proyectos definidos en estas Agendas de Competitividad, enmarcándolos en el proceso de promoción de la innovación propio de la presente Agenda y resaltando aquellos proyectos y líneas de trabajo que, por su carácter innovador, resultan más relevantes en este contexto.

Ilustración 1 Esquema del marco estratégico del área Turismo



Fuente: Idom Consulting con información de las mesas sectoriales

El área de especialización del turismo permite la interrelación con otros sectores cercanos como son el comercio, los servicios de alojamiento temporal y la hostelería. Estos se apoyan en actividades y tecnologías transversales como las TIC, la seguridad y la logística de transporte y comunicaciones que coadyuvan al desarrollo de la industria turística.

2.2. Distribución del área de especialización en México y posicionamiento del estado.

El Turismo es para México una actividad de notable interés, ya que, de acuerdo a la Secretaria de Turismo, en las últimas décadas ha mostrado su capacidad para contribuir de manera significativa al crecimiento económico y el desarrollo social de importantes zonas del país.

El posicionamiento competitivo de México en Turismo se ve respaldado por sus atractivos turísticos, tanto naturales como culturales entre los que destacan los más de once mil kilómetros de litoral bañados por cuatro mares, 32 sitios declarados patrimonio del humanidad por la UNESCO y los más de 20 mil sitios arqueológicos identificados de los que alrededor de 200 se encuentran abiertos al público.

Su potencial de crecimiento también respalda este posicionamiento al contar con marcas reconocidas e nivel mundial como lo son Riviera Maya y Cancún, además del interés por aprender español que se ha multiplicado en Europa, Brasil y Estados Unidos y el hecho de que México ocupa el quinto lugar en Turismo de reuniones en América.

Estas características han hecho que el turismo se convierta en un sector de gran oportunidad y crecimiento a nivel nacional. De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo en 2013 México se encontraba entre los diez países con mayor contribución del sector Turismo al PIB Mundial junto con Estados Unidos, China, Japón, Reino Unido, Francia, Brasil, España, Italia y Alemania.

De acuerdo a las cuentas Satélite de Turismo, el PIB Turístico en México ascendió en a 1,078 miles de millones de pesos (8.4% del PIB Nacional) en 2012, presentando una tasa de crecimiento media anual del 1.2% desde el 2008.

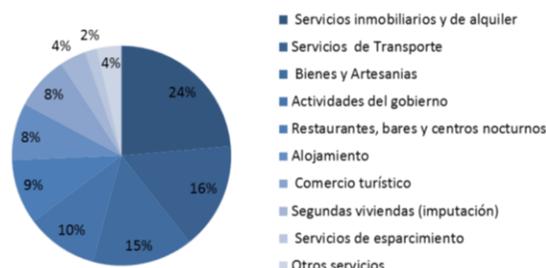
Como se muestra a continuación, durante el 2012, más del 80% del PIB Turístico aportado se concentraba en 6 actividades: servicios inmobiliarios, servicios de transporte, bienes y artesanías, actividades del gobierno, restaurantes, bares y centros nocturnos y el alojamiento.

Ilustración 2 Evolución del PIB Turístico (2008-2012, miles de MDP)



Fuente: Cuenta Satélite del Turismo de México, INEGI.2014

Ilustración 3 Composición de las actividades turísticas (2012)



Fuente: Cuenta Satélite del Turismo de México, INEGI.2014

En 2012 el Turismo generó 2.27 millones de puestos de empleo, lo que equivale a un 5.8% del empleo en el país; sin embargo, de acuerdo al Consejo Mundial de Viajes y Turismo en 2013, se calcula que el número de personas ocupadas en el sector tanto directa como indirectamente ascendía a siete millones (14.2% de los empleos nacionales) ocupando la sexta posición a nivel mundial en número de personas ocupadas en el sector.¹

Considerando sólo las actividades “Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas” y “Servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos” en 2012 su aporte al PIB fue de 2.6%, donde el Distrito Federal, Quintana Roo, Jalisco, Baja California Sur y el Estado de México fueron las cinco entidades que agruparon el 50% del PIB generado por estas dos actividades a nivel nacional.²

Tabla 1: Cinco entidades con 50% de la aportación al PIB turístico³ en México (2012, miles de MDP, %)

| Entidad Federativa | PIB en Miles de MDP pesos constantes 2008 | Porcentaje (%) |
|--|--|----------------|
| 1. Distrito Federal | 60.91 | 18.3% |
| 2. Quintana Roo | 45.84 | 13.8% |
| 3. Jalisco | 23.99 | 7.2% |
| 4. Baja California Sur | 16.84 | 5.1% |
| 5. Estado de México | 16.65 | 5.0% |
| Suma de las cinco Entidades | 164.23 | 49.4% |
| 19. Oaxaca | 5.34 | 1.6% |

Fuente: INEGI, 2014

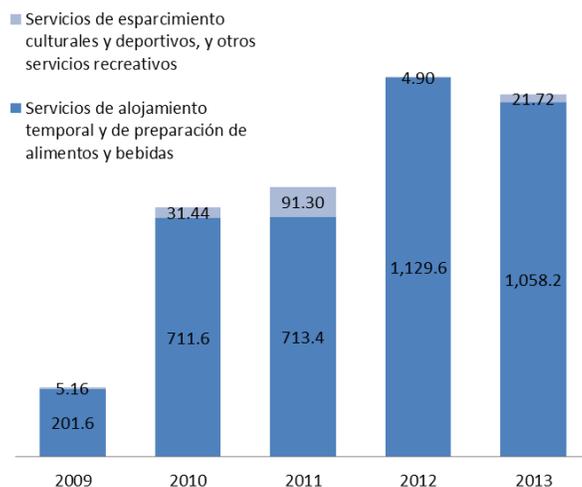
¹ World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2014. Data Search Tool, 2014

² INEGI, Cuentas Nacionales, Banco de Información Estadística 2014

³ Considerando sólo las actividades Alojamiento temporal y preparación de alimentos y Servicios de esparcimiento

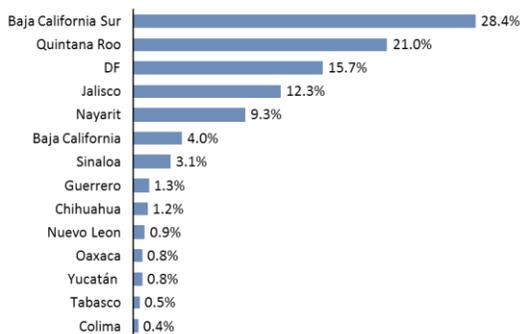
La inversión extranjera directa de estas dos actividades ha aumentado un 13.3% anual en los últimos cuatro años, ascendiendo a 1,080 millones de dólares en 2013, siendo Baja California Sur y Quintana Roo las entidades que recibieron mayor inversión.

Ilustración 4 Evolución de la IED (2009-2013)



Fuente: Secretaría de Economía, Dirección General de Inversión Extranjera Directa

Ilustración 5 Porcentaje de la IED en alojamiento, preparación de alimentos y servicios de esparcimiento (2009-2013)



Fuente: Secretaría de Economía, Dirección General de Inversión Extranjera Directa

De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) en 2013 existían 279 unidades de gran tamaño; de este total, el 63% se dedican a servicios de alojamiento temporal, y el 19% a servicios de preparación de alimentos. Durante este periodo Oaxaca cuenta con 1.4% de empresas de este tamaño (cuatro unidades económicas).

Como parte de la importancia nacional que tiene el Turismo y considerando la gran diversidad de atractivos turísticos que ofrece en país en cada uno de sus Estados, en 2012 el Tecnológico de Monterrey presentó la segunda edición del Índice de Competitividad Turística de los Estados

Mexicanos, mismo que evalúa 125 variables en diez dimensiones a todos los estados de la nación para medir las habilidades y capacidades que tienen en materia turística. De acuerdo al estudio, las cinco entidades más competitivas durante ese periodo fueron Quintana Roo, Baja California Sur, Distrito Federal, Colima y Querétaro. Mientras que las cuentan con mayores áreas de oportunidad fueron Tamaulipas, Coahuila, Tlaxcala, Tabasco e Hidalgo.

La industria turística arrastra con ella el desarrollo de otras actividades y a su vez de otros sectores económicos, como se muestra la cadena del valor del sector involucrando diversas actividades económicas.

Ilustración 6 Cadena de valor del sector Turismo



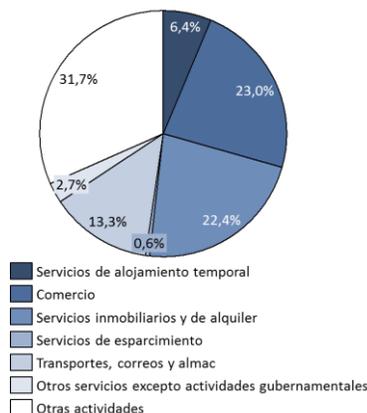
Fuente: Idom Consulting basado en datos de Observatorio Estratégico- Tecnológico, ITESM FEMSA, Anatomía de los Clusters Económicos de mayor impacto en el desarrollo de México

2.2.1. Posicionamiento de Guerrero en el área de especialización

Guerrero se sitúa en el décimo lugar a nivel nacional en aportación al PIB de los sectores de alojamiento temporal, preparación de alimentos y servicios de esparcimiento cultural y deportivo.

Durante el 2012, esta área aportó el 52% de la economía de Guerrero, constituyéndose en la principal actividad del estado, aunque presenta una tasa de decrecimiento media anual del -4.6 % desde el 2008.

Ilustración 7 Distribución de las actividades económicas en Guerrero (2012)



Fuente: BIE del INEGI, 2014

En cuanto al volumen de empleo, de acuerdo al Censo Económico 2009, estos dos sectores generan el 33.1% de los puestos de trabajo en el estado, lo que convierte a esta área en la primera fuente de empleo a nivel estatal.

Respecto a las Unidades Económicas, Guerrero concentra el 4% de las empresas de estos sectores con más de 250 empleados.

2.2.2. Factores diferenciales del estado.

Guerrero cuenta con condiciones geográficas y climáticas que han propiciado el desarrollo de la industria turística. A continuación se incluye una relación con algunos de los factores que lo hacen líder nacional en esta industria:

- Es uno de los principales destinos turísticos de playa, principalmente para turistas nacionales, siendo Acapulco un referente internacional durante mucho tiempo.
- Localización geográfica estratégica en el occidente del país por su cercanía a Ciudad de México, infraestructura portuaria (Acapulco y Zihuatanejo) y aeroportuaria.
- Espectáculos musicales (Festival Acapulco) con reconocimiento nacional e internacional.

2.2.3. Principales tendencias de la innovación en el área de especialización a nivel mundial

Es un hecho fehaciente que el turismo juega un papel fundamental en la economía global y desde esa perspectiva global, el sector turístico se entiende como un conjunto creciente de industrias con potencial para la expansión y el desarrollo futuro. Según el UNWTO *World Tourism*

*Barometer*⁴, las estimaciones para el periodo 2011-2030 indican que el crecimiento del sector será del 4.4% anual. Se espera que en 2030 el número de turistas internacionales alcance la cifra de 1,800 millones, generando un 9.6% del PIB mundial y unos 300 millones de empleos directos⁵.

En los últimos años, la distribución de los viajes internacionales ha cambiado, Ilustración 8 en 1950, el 97% del mercado internacional se concentró en 15 países, hoy en día esos 15 países únicamente representan el 66% del mercado⁶. Esta nueva distribución está creando nuevas estructuras en la industria turística, generando un mercado que ya ofrece oportunidades para los destinos turísticos subnacionales, a la vez que aumenta la competencia internacional. Al surgir nuevos destinos, se produce una mayor diversificación abriendo oportunidades para otras regiones y ciudades de todo el mundo.

Ilustración 8 Distribución de los viajes internacionales

| Posición | 1950 | % | 1970 | % | 1990 | % | 2011 | % |
|--------------|--------------------|-----|---------------------|-----|---------------------|-----|---------------------|-----|
| 1 | Estados Unidos | | Italia | | Francia | | Francia | |
| 2 | Canadá | | Canadá | | Estados Unidos | | Estados Unidos | |
| 3 | Italia | 71% | Francia | 39% | España | 39% | China | 31% |
| 4 | Francia | | España | | Italia | | España | |
| 5 | Suiza | | Estados Unidos | | Austria | | Italia | |
| 6 | | | | | | | | |
| 7 | Irlanda | | Austria | | México | | Gran Bretaña | |
| 8 | Austria | 17% | Alemania | 22% | Alemania | 18% | Turquía | 14% |
| 9 | España | | Suiza | | Gran Bretaña | | Alemania | |
| 10 | Alemania | | Yugoslavia | | Canadá | | Malasia | |
| 11 | Gran Bretaña | | Gran Bretaña | | China | | México | |
| 12 | | | | | | | | |
| 13 | Noruega | | Hungría | | Grecia | | Austria | |
| 14 | Argentina | | Checoslovaquia | | Portugal | | Ucraina | |
| 15 | México | 9% | Bélgica | 10% | Suiza | 9% | Hong Kong | 11% |
| | Holanda | | Bulgaria | | Yugoslavia | | Federación Rusa | |
| | Dinamarca | | Rumanía | | Malasia | | Canadá | |
| | Otros | 3% | Otros | 25% | Otros | 34% | Otros | 44% |
| Total | 25 millones | | 166 millones | | 436 millones | | 983 millones | |

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2014

Esta nueva situación implica que los países que han disfrutado tradicionalmente de una cuota de mercado significativamente alta necesitan reaccionar para no perder ni posicionamiento, ni cuota de mercado, y para ello necesitan incorporar elementos innovadores:

- En toda la cadena de valor del sector turístico
- En todo el ciclo de vida del viaje del turista
- En su forma de relación con el turista

⁴ Organización Mundial del Turismo, Barómetro Turismo Mundial, 2014

⁵ Ídem 5

⁶ Ídem 5

A fin de intentar un mejor entendimiento de cómo la innovación puede ser una palanca que soporte el sector turístico en los próximos años, no es solo importante saber, el qué, el por qué y el cómo la innovación es capaz de mantener la competitividad de los destinos, sino que es necesario y casi más importante tener un profundo conocimiento de cómo el mundo, la industria y los clientes están cambiando. El conocimiento de este nuevo entorno facilitará en gran medida que las estrategias de innovación que los destinos adopten sean las adecuadas.

Siguiendo la teoría de Porter de la competitividad, así como de otros autores - Cooke et al, 1997 *Regional Innovation Systems: Institutional and Organizational Dimensions, Research Policy*; Morgan, K. (1997). *The Learning Regions: Institutions, Innovation and Regional Renewal. Regional Studies*; Maskell, P. and Malmberg, A. (1999): *The competitiveness of firms and regions: 'ubiquitification' and the importance of localized learning-* el Foro Económico Mundial (WEF, su acrónimo en inglés) sugiere que las economías, incluidas las industrias de viajes y turismo, tienen que progresar en tres etapas diferentes en la evolución de su camino hacia mejores puestos en su desarrollo económico y en su aumento de la competitividad. Estas etapas están representadas en economías, que sustenten su desarrollo sobre la base de factores estructurales del destino, inversión y, por último, sobre la innovación. Por lo que tenemos que tener en cuenta:

- **Factores estructurales del destino:** como infraestructuras, recursos culturales y naturales, demanda local
- **Inversión:** fomentar las inversiones en el destino, búsqueda de nichos diferentes, capacidad local de inversión
- **Innovación:** servicios con alto valor añadido, alta productividad, competitividad y eficiencia

Teniendo en cuenta que la innovación va a ser primordial en el desarrollo de los destinos turísticos, ésta debe aplicarse en todos los ámbitos que abarca el sector turístico, ya que para que el destino sea competitivo, todas las infraestructuras, empresas, recursos etc. deben aplicar todas las innovaciones a su alcance.

Energía y Sustentabilidad

El sector del turismo es un gran consumidor de recursos energéticos por lo que se hace necesario y prioritario promover y desarrollar proyectos de I+D+i que propicien el aumento de la investigación en sistemas relacionados con las tecnologías del transporte, productos de climatización, productos vinculados a los sistemas de cogeneración y microgeneración, sistemas de iluminación y sistemas de acumulación de energía. Asimismo, se debe tener en cuenta que el medio ambiente es un recurso turístico, y la gestión del mismo afecta claramente a nuestra valoración como destino, y en este nuevo paradigma en el cual la información y la diferenciación son básicos para la captación de turistas es necesario generar espacios turísticos sustentables para la conservación del mismo, adoptando medidas innovadoras que sirvan también como un elemento de promoción.

Tecnología de la Información y las Comunicaciones (TIC)

Las TIC son un elemento imprescindible a lo largo de todo el ciclo de vida del viaje. La innovación nos debe ayudar a generar nuevos modelos de negocio acordes con las necesidades de los turistas y, para ello, las TIC tienen un papel fundamental. En las tendencias “*Smart*” en donde todo está, o estará, conectado con todo, las ciudades y los destinos serán *Smart*, y todo ello se encamina hacia lo que se denominó como la Internet de las Cosas (Bill Joy 1999, Kevin Ashton 2009 para el diario *RFID*, "Esa cosa del 'Internet de las Cosas'"). CISCO *Systems* (Bradley et al, 2013) estima que en 2013, 2.400 millones de personas estaban conectadas a internet y en 2020 la cifra alcanzará los 5 mil millones de personas, y se espera que en 2020 estén conectados a internet más de 50.000 millones de objetos. Muchos de estos objetos estarán presentes en los viajes como pueden ser localizadores de equipaje, o sensores que advierten de contaminación o alergias.

El *cloud computing* como solución a los problemas de procesamiento de datos digitales permitirá el abaratamiento de costes de las prestaciones de servicios, el desarrollo rápido de ideas innovadoras y nuevos modelos de negocio que no se verán lastrados por la necesidad de disponer de costosas infraestructuras para gestionar sus datos.

La aparición de conceptos como *Big Data* u *Open Data* permitirá a las empresas tener más información sobre sus clientes o sobre los entornos en los que se mueven, y que obtendrá desde diferentes canales públicos y/o privados.

Es posible a día de hoy comenzar a crear espacios virtuales de aplicación para el turismo, aplicados a lugares de difícil acceso o recreaciones de monumentos y lugares. De forma paralela se están desarrollando soluciones como el *emotional computing* cuyo foco será la atención de los clientes, ya que estas herramientas podrán conocer el estado de ánimo de las personas simplemente tomando una imagen de ellas con una cámara.

Materiales y Construcción

En el diseño y construcción de infraestructuras se debe tener en cuenta que el desarrollo de las mismas, debe producir el mínimo impacto tanto en el entorno en donde se implanten, como en el entorno en el que se elaboran, y en su posterior reciclaje una vez finalizada su vida útil. Estos aspectos además de mejorar los costes de construcción y mantenimiento, redundan en la promoción del destino, ya que serán un elemento de valor para el turista (eliminación de huella de carbón, reducción CO₂). La aplicación de la innovación en aspectos como la arquitectura bioclimática, la mejora de los aislamientos térmico-acústicos, las posibilidades de integración con soluciones TIC utilizando materiales *smart*, y la domótica, son aspectos muy a tener en cuenta en el sector turístico.

Humanidades, sociedad y ciencias jurídicas

En este ámbito se tiene que tener en cuenta cómo afectan las nuevas tendencias sociodemográficas y de ocio al sector turístico. Además es importante el desarrollo de un marco legislativo que se aplique tanto en el ámbito empresarial, como en el social. Siendo campos de aplicación de la innovación, la investigación y predicción del comportamiento de los visitantes en un destino, la utilización de un *living lab* en donde se puedan medir los impactos en el entorno, donde tengamos modelos de previsión de la demanda, y podamos controlar la cadena de valor del turista a través de indicadores que nos permitan comparar con otros destinos en parámetros de calidad, y posicionamiento global del destino, así como en la normativa que regirá el transporte, y la accesibilidad.

Transporte y Servicios Asociados

Las líneas de innovación definidas en este ámbito deben ir enfocadas a permitir una mejora del territorio y en especial del incremento en la capacidad de acceso a todo el territorio mediante una red de transporte intermodal y sostenible, la generalización y acceso a las redes de comunicación de calidad, la mejora de la expedición de visados y los flujos de frontera, y la accesibilidad de turistas con discapacidad mediante el partenariado de los agentes implicados.

Accesibilidad

La aplicación de la innovación en torno a la accesibilidad parte en primer lugar del conocimiento de las características de la demanda de Turismo Social Accesible, de desarrollo de metodologías que permitan la certificación estandarizada y efectiva de la accesibilidad de la oferta turística, del diseño de normativas sobre accesibilidad eficientes para conseguir la accesibilidad total de los recursos turísticos, del desarrollo de mejoras técnicas y tecnológicas de los recursos y destinos turísticos para su accesibilidad y adaptabilidad a las necesidades de las personas con discapacidad, mediante la creación de nuevos programas de formación del personal de los

servicios turísticos innovadores, y de promover la concienciación y sensibilización respecto a la accesibilidad por parte de todo el sector turístico.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

3.1. Mapa de los agentes del ecosistema de innovación

El mapa de los agentes de innovación del área de especialización Turismo contiene actores como las principales Instituciones de Educación Superior (IES), los centros de investigación y tecnología, los investigadores que realizan I+D en el área, los laboratorios y los posgrados pertenecientes al Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC).

Ilustración 9 Mapa de los agentes del ecosistema de innovación del área de especialización Turismo en Guerrero



Fuente: Idom Consulting

3.2. Principales Instituciones de Educación Superior y centros de investigación.

La única Institución de Educación Superior que desarrolla labores de I+D+i en el área de Turismo en Guerrero es la Universidad Autónoma, según la investigación llevada a cabo.

| Institución | Líneas de investigación |
|--|--|
| <p>Universidad Autónoma de Guerrero</p>  <p>Centro de Vinculación, Innovación y Transferencia Tecnológica Cobertura en las zonas: centro, sur, norte, región montaña, región tierra caliente, costa chica y costa grande</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Gestión Sustentable del Turismo - Turismo |

En cambio, no se ha detectado la existencia en Guerrero de centros de investigación específicos para esta actividad.

3.3. Detalle de empresas RENIECYT del área

A partir de la consulta realizada a efectos del desarrollo de la presente Agenda, se ha constatado que Guerrero contaba en ese momento con una única empresa inscrita en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT) que desarrollase su actividad en el área del turismo: Operadora de Hoteles Playa de Acapulco S.A. de C.V.

4. ANÁLISIS FODA

Las principales conclusiones del diagnóstico desarrollado en colaboración con el propio sector, se resumen a continuación a través de la herramienta de análisis FODA:

Tabla 2 Análisis FODA del área turismo

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia y conocimiento en el manejo de actividades turísticas. • Continúa afluencia de turistas nacionales. • Variedad y diversidad de playas y de lugares de esparcimiento. | <ul style="list-style-type: none"> • Elevado índice de inseguridad. • Alto coste de mantenimiento en el tratamiento del agua potable, así como el tratamiento de aguas negras. • Sobreexplotación del transporte público. • Pocas playas limpias y certificadas. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • El impulso turístico que está viviendo la costa del Pacífico mexicano puede conllevar una revitalización de zonas como Acapulco • Los ejercicios de planeación de las instituciones asociadas al turismo pueden impulsar el desarrollo del sector si se mantienen en el largo plazo. | <ul style="list-style-type: none"> • La información e imagen negativa que se pueda generalizar dentro y fuera del país. • Cancelación de cruceros. • Contaminación de la bahía de Acapulco por aguas negras, convirtiendo el destino en uno de baja calidad para la actividad turística. |

5. OBJETIVOS DEL ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN

Partiendo de las reflexiones desarrolladas en las mesas sectoriales del área y del análisis de los diagnósticos, líneas de actuación y proyectos definidos en las Agendas de Competitividad aportadas por el sector, se han estructurado los cuatro objetivos sectoriales que se presentan a continuación:

- O.S.1 Desarrollar una gestión integral del destino turístico en base a la cadena de valor
- O.S.2 Potenciar la colaboración público-privada para la mejora de la competitividad del destino
- O.S.3 Mejorar el proceso de obtención de información (observatorio) y toma de decisiones
- O.S.4 Mejorar la infraestructura turística y los recursos del destino para reposicionar la marca Triángulo del Sol

Estos objetivos sectoriales guardan coherencia con los objetivos estratégicos de la Agenda de Innovación de Guerrero.

Ilustración 10 Objetivos estratégicos de la Agenda de Guerrero y Objetivos Sectoriales del área de especialización.

| Objetivos Estratégicos/ Objetivos Sectoriales | Generación y atracción de talento | Desarrollo de infraestructuras científico tecnológicas | Fomento de la cultura de innovación | Generación o adquisición de tecnología | Fomento del emprendizaje | Vinculación del sistema de innovación |
|--|-----------------------------------|--|-------------------------------------|--|--------------------------|---------------------------------------|
| O.S.1 Desarrollar una gestión integral del destino turístico en base a la cadena de valor del turismo | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ |
| O.S.2 Potenciar la colaboración público-privada para la mejora de la competitividad del destino | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ |
| O.S.3 Mejorar el proceso de obtención de información (observatorio) y toma de decisiones | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| O.S.4 Mejorar la infraestructura turística y los recursos del destino para reposicionar la marca Triángulo del Sol | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Fuente: Idom Consulting a partir de valoraciones del Comité de Gestión y Grupo Consultivo

Estos objetivos están muy ligados a la gestión del destino y a la mejora de la competitividad del sector, a través de la colaboración entre agentes (*cluster* y colaboración público-privada).

6. NICHOS DE ESPECIALIZACIÓN Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Tabla 3 Nichos de especialización y líneas de actuación del área Turismo

| Nichos de especialización actuales | Nichos de especialización futuros |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sol y playa • Vida nocturna • Shopping, artesanía | <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de reuniones • Experiencial: buceo, pesca, vela, surf, golf • Cultural: religión, gastronomía, historia, arqueología |
| Líneas de actuación | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos turísticos • Gestión del destino • Colaboración público-privada • Profesionalización y emprendedurismo | |

Fuente: Idom Consulting a partir de las mesas sectoriales

6.1. Nichos de especialización

El área de Turismo está orientada actualmente a los nichos de sol y playa, la vida nocturna, el shopping y la artesanía. El sector propone la diversificación a nuevos nichos de especialización, tales como el turismo de reuniones, el turismo experiencial (desarrollando actividades como buceo, pesca, vela, surf, golf) y el turismo cultural, o creando productos relacionados con la arqueología, la historia, la religión y la gastronomía.

6.2. Líneas de actuación

6.2.1. Desarrollo de nuevos productos turísticos

Un valor en alza, dentro de las nuevas tendencias en materia de turismo, es la generación de una oferta con experiencias diferenciales que posicionen el destino como referencia. Valores como la naturaleza, la gastronomía y la cultura son elementos que contribuyen a la creación de productos únicos que permitan diferenciar el destino, y el estado de Guerrero dispone de los recursos necesarios para conseguir ese objetivo. Debe tenerse en cuenta que el desarrollo de nuevos productos turísticos que pongan en valor los recursos del destino debe hacerse involucrando de manera efectiva a empresarios y administración pública, utilizando la experiencia de los primeros y sus modelos de negocio, y las posibilidades de promoción de los segundos.

Con el objetivo de que los productos resultantes tengan el máximo carácter experiencial, el desarrollo de los mismos se basará en los recursos turísticos del destino, convirtiéndose en piedra angular del elemento motivacional del viaje.

Uno de los cambios más trascendentes que se han detectado en los últimos años por parte de la demanda es una orientación a elegir el destino a través de los productos que oferta y de las experiencias que puede brindarle al turista. En este sentido, es necesario compaginar las políticas de destino con políticas de productos orientados a los diferentes segmentos de demanda.

6.2.2. Gestión del destino

El sector turístico se caracteriza por ser una actividad transversal que afecta a múltiples actividades económicas, por lo que cualquier actuación en el destino provocará un efecto indirecto en las mismas. Es necesario disponer de herramientas de gestión que regulen y controlen estas actuaciones, tener en cuenta la importancia de la gestión de la información del destino, tanto a nivel interno (catálogo de productos y servicios, recursos), como a nivel externo (imagen del destino en internet, encuestas, demanda).

El desarrollo de una gestión integral del destino turístico debe apoyarse en la administración de los recursos locales, la coordinación y gestión de la producción turística local, y en la gestión del valor del destino como factor más importante. Esto conlleva la realización de funciones como la planificación, organización y control de actividades empresariales, así como la realización de políticas y medidas apropiadas desde un punto de vista de la administración pública.

Esta gestión se basa en la corresponsabilidad de los integrantes de la cadena de valor y de la adecuada coordinación de los mismos. Incluye actuaciones como la mejora de las infraestructuras que afectan directamente al sector turístico, su accesibilidad, la marca y el posicionamiento como destino de referencia, y la obtención y análisis de información de calidad sobre lo que ocurre en el destino.

6.2.3. Colaboración público-privada

Como ya se ha comentado, el sector turístico se caracteriza por ser una actividad transversal que afecta a múltiples sectores y entidades públicas y privadas. El desarrollo de acciones que propicien la colaboración público privada y que favorezcan la generación de sinergias y la cooperación entre empresas y estado, será un elemento de mejora de la competitividad y redundará en un mejor aprovechamiento de los recursos del estado. Para alcanzar este objetivo será necesario disponer de las herramientas adecuadas de gestión que apoyen e incentiven la realización de este tipo de actuaciones. Para canalizar de manera adecuada todas estas iniciativas

se plantea la posibilidad de crear un *cluster* de turismo en el que estén involucrados el máximo número de actores de la cadena del valor del sector.

6.2.4. Profesionalización y Emprendedurismo

Como se mencionaba en el marco estratégico, la transferencia de conocimiento y la capacitación son pilares básicos para la mejora de la competitividad. A este aspecto se le deben añadir acciones de apoyo al emprendimiento que faciliten el desarrollo de nuevos modelos de negocio o adaptaciones de modelos de éxito de otros sectores a la realidad turística, cuestión básica para la mejora de la competitividad del sector.

Las acciones que propicien la colaboración público privada fortalecen de manera significativa la mejora de la competitividad del destino. Con este objetivo se hace necesario establecer un marco adecuado de colaboración entre el empresariado turístico y la administración. Dentro de este marco de colaboración se plantean una serie de líneas de trabajo entre las que se encontrarían el impulso de la mejora de la capacitación de los profesionales del sector, la generación de proyectos innovadores que provean de soluciones a las problemáticas del sector en Guerrero y el apoyo al emprendimiento específico en el sector turístico.

7. DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS PRIORITARIOS

Los proyectos prioritarios del área de Turismo son el resultado del trabajo realizado en las mesas sectoriales y posteriores reuniones de contraste de conclusiones con los responsables del sector. Este proceso concluyó con la priorización de cuatro proyectos:

7.1. Metodología innovadora para la creación de productos turísticos (Club de Producto), desarrollando el proyecto piloto “Sitios de hospedaje del Triángulo del Sol”

Objetivo:

Implantar una metodología (Club de producto) que facilita el desarrollo de nuevos productos en base a la colaboración entre los agentes interesados, representando a todas las actividades de la cadena de valor involucradas, así como a la administración. Esta metodología permite desarrollar nuevos productos turísticos de manera integral, utilizando una marca conjunta y un patrón de calidad coherente y evaluable, concretando de manera detallada la participación de los diversos agentes, los procedimientos de coordinación entre los mismos, las acciones de promoción, medios comerciales, etc.

Se propone aplicar la metodología “*hands-on*”, mediante el desarrollo de un primer proyecto piloto de interés: Sitios de hospedaje del Triángulo del Sol. Este producto tendría como objetivo la estructuración de la oferta de hospedaje por parte de entidades distintas de los hoteles de mediano y gran tamaño, que se encuentra actualmente dispersa y generalmente informal. El proyecto debe concretar una amplia gama de especificaciones y procesos, incluyendo definición de estándares, certificación e inspección, capacitación, gestión, promoción o presupuestos.

Justificación:

En el modelo tradicional de desarrollo turístico, es suficiente con disponer de los productos clásicos para satisfacer las necesidades básicas del turista (alojamiento, comida, transporte, seguridad). Pero las necesidades evolucionan y los turistas son cada vez más exigentes. Para competir adecuadamente, es fundamental generar la capacidad para crear nuevos productos, originales, variados y significativos que el turista moderno exige. La metodología de definición de producto surge de la necesidad de cumplir ágilmente con estas nuevas exigencias, y de conseguir que la definición y promoción de productos turísticos se corresponda con la realidad de la oferta empresarial.

Por su parte, el nuevo producto “Sitios de hospedaje del Triángulo del Sol” permitirá incorporar al mercado, en condiciones competitivas, una oferta actualmente dispersa y sin estructura adecuadamente definida, mejorando así la imagen conjunta del destino y generando una experiencia positiva de colaboración público-privada.

7.2. Observatorio turístico de Guerrero

Objetivo:

El Observatorio Turístico debe ofrecer información puntual así como de análisis de la situación del sector a partir de datos recogidos por el propio estado, a través de los empresarios turísticos y de sistemas específicos de captación de datos, además de las fuentes oficiales (DATATUR).

En este observatorio los empresarios turísticos aportarán información y, a cambio, recibirán información agregada de su entorno e informes que se elaborarán en el observatorio de forma gratuita. La toma de datos tendrá un componente innovador, utilizando en lo posible técnicas de "no agresión" basadas en las “huellas digitales” de los turistas. Esta información se podrá integrar con la generada por otros observatorios, o bien replicar en otros estados para compartir información y mejorar el conocimiento turístico nacional.

Justificación:

La creación del Observatorio Turístico de Guerrero surge de la necesidad empresarial de disponer de información adicional sobre el turista. La información a la que los empresarios pueden acceder actualmente se limita generalmente a la llegada de turistas, ocupación hotelera y estadía. A través de este observatorio los empresarios podrán conocer mejor las características de sus visitantes, tomar medidas correctoras o impulsoras de mejora en sus negocios, y analizar los resultados de dichas acciones a nivel local.

7.3. Distintivo de Calidad “Triángulo del Sol” para empresas turísticas

Objetivo:

Se trata de desarrollar la metodología y procedimientos para poner en marcha un distintivo estatal de calidad que la Secretaría de Fomento Turístico del estado de Guerrero otorgará a las empresas que cumplan con los estándares establecidos. Se estima conveniente que este distintivo esté reconocido y homologado por la Secretaría de Turismo (SECTUR).

El objetivo final es fomentar la calidad y competitividad en los destinos del estado de Guerrero, reconociendo a las empresas que ofrezcan calidad integral en sus servicios y generando mejor imagen entre los turistas.

Justificación:

Las actuales certificaciones otorgadas a las empresas turísticas mexicanas -certificados “M” (modernización de procesos), “H” (higiene), “S” (sostenibilidad)-, son relativamente confusas desde el punto de vista del turista y atienden a objetivos parciales. Se trata de desarrollar un nuevo certificado de calidad, de carácter más integral y con un nivel de exigencia mayor, que suponga una diferenciación de las capacidades que efectivamente aprecian los turistas.

7.4. Incubadora para el apoyo de Emprendedores en el sector turístico

Objetivo:

Impulsar y apoyar el emprendimiento turístico en el estado de Guerrero, mediante la creación de una incubadora especializada en este ámbito que gestione una serie de programas y actividades de apoyo: capacitación, *coaching*, observatorio de tendencias, espacio con servicios compartidos, entre otros.

Justificación:

La creación de nuevas empresas turísticas es un elemento clave en la política de competitividad turística, que complementa la oferta básica (servicios de transporte, alojamiento, manutención, entre otros.), con propuestas complementarias (generalmente, experienciales) o alternativas (e.g. ecoturismo, restaurantes especializados, entre otros) de forma variada, ágil y dinámica.

Por otro lado, la experiencia demuestra que este tipo de servicios de apoyo, para ser efectivo, debe organizarse de manera diferenciada para el ámbito turístico. Las incubadoras generalistas simplemente no generan, por lo general, una oferta suficiente de empresas con el perfil deseado, en el ámbito turístico.

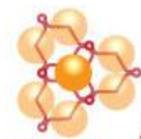
8. PORTAFOLIO DE PROYECTOS

Para el desarrollo de esta Agenda se ha trabajado sobre 114 ideas de proyectos propuestas directamente desde la triple hélice, que han concluido en la definición de 27 proyectos, siendo 11 de ellos clasificados como prioritarios por su coherencia estratégica con la Agenda, su impacto esperado, su viabilidad y su potencial de vinculación de agentes.

En la siguiente tabla se incluye una propuesta preliminar, no exhaustiva, de fondos de financiamiento a los que los proyectos pueden optar de manera complementaria a la que ya se realice desde el sector privado, la cual se considera una característica fundamental para el desarrollo de aquellos en los que es necesario una involucración del tejido empresarial.

Tabla 4 Portafolio de proyectos de la Agenda de Innovación del estado de Guerrero

| ÁREA | NICHO ESTRATEGICO / LÍNEA DE ACTUACIÓN | PROYECTOS | Descripción | TP | FUENTE DE FINANCIAMIENTO (POSIBLES ALIADOS) |
|---------|---|---|--|----|---|
| TURISMO | Gestión del destino | Observatorio Turístico | Crear un observatorio que recoja información de ámbito local sobre el turismo de Guerrero y que integrado con otras plataformas de información de turismo en México (DATATUR) genere informes sobre conocimiento turístico de utilidad para el empresariado turístico. Metodología de toma de datos innovadora, utilizando las “huellas digitales” de los turistas | P | <ul style="list-style-type: none"> FOMIX - CONACYT FINNOVA INNOVAPYME SECTUR- Conacyt INADEM- programas de desarrollo regional SECTUR |
| | Desarrollo de nuevos productos turísticos. Colaboración público-privada | Club de producto: sistema para la creación y personalización de productos turísticos (proyecto piloto: sitios de hospedaje del Triángulo del Sol) | Implantar una metodología (Club de producto) que facilita el desarrollo de nuevos productos, en base a la colaboración entre los agentes interesados de toda la cadena de valor, así como la administración. Esta metodología permite utilizar una marca conjunta, y un patrón de calidad coherente y evaluable, concretando la participación de los diversos agentes, procedimientos de coordinación, acciones de promoción, medios comerciales, etc. | P | <ul style="list-style-type: none"> SECTUR-Conacyt INADEM- programas de desarrollo regional SECTUR NAFIN BANCOMEXT |
| | Gestión del destino. Profesionalización | Distintivo de Calidad para empresas turísticas “Calidad Triángulo del Sol” | Crear un reconocimiento estatal de calidad que el Gobierno de Guerrero otorgue a empresas turísticas que cumplan con los estándares adecuados. Se trata de desarrollar un nuevo certificado de calidad, de carácter más integral y con un nivel de exigencia mayor, que suponga una diferenciación de las capacidades que efectivamente son apreciadas por los turistas. | P | <ul style="list-style-type: none"> SECTUR- Conacyt INADEM- programas de desarrollo regional SECTUR NAFIN BANCOMEXT ProMéxico |



| | | | | | |
|--|--------------------------------------|--|--|---|--|
| | Profesionalización y emprendedurismo | Incubadora para el apoyo de emprendedores en el sector turístico | Impulsar y apoyar el emprendimiento turístico en el estado de Guerrero, mediante la creación de una incubadora especializada en este ámbito, que gestione una serie de programas y actividades de apoyo: capacitación, coaching, observatorio de tendencias, espacio con servicios compartidos, etc. | P | <ul style="list-style-type: none"> FOMIX - CONACYT SECTUR- Conacyt INADEM- programas de desarrollo empresarial y programas de emprendedores y financiamiento NAFIN- programas empresariales IMJUVE- emprendedores juveniles SECTUR |
| | Colaboración público-privada | Cluster del turismo | Creación del Cluster de Turismo de Guerrero | C | <ul style="list-style-type: none"> SECTUR- Conacyt INADEM- programas de emprendedores y financiamiento Y programas de desarrollo regional SECTUR |
| | Gestión del destino | Plataforma de información para la planeación y gestión del medioambiente en Acapulco | Para mejorar su sostenibilidad y renovar un destino turístico maduro se desarrollará un plan integral de saneamiento de la zona de Acapulco, utilizando tecnología innovadora para el seguimiento de resultados | C | <ul style="list-style-type: none"> SECTUR- Conacyt INADEM- programas de desarrollo regional y de financiamiento y emprendedores SECTUR ProMéxico NAFIN BANCOMEXT |
| | Gestión del destino | Plan integral de Movilidad en Acapulco | Para mejorar su sostenibilidad y renovar un destino turístico maduro. Estudiar sistemas parking disuasorio, favorecer desarrollo transporte público y peatonalización de áreas turísticas | C | <ul style="list-style-type: none"> SECTUR- Conacyt INADEM- programas de desarrollo regional SECTUR NAFIN BANCOMEXT |
| | Gestión del destino | Motores de reserva para hoteles en el estado | Creación de una plataforma para la gestión de reservas para los hoteles, hostales, etc. | C | <ul style="list-style-type: none"> SECTUR- Conacyt INADEM- programas de desarrollo regional programas de financiamiento y emprendedores SECTUR NAFIN BANCOMEXT |

TP=Tipo de proyecto, P=Prioritario, C=Complementario