

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN NO TURISMO

2025

FORMADOR



Víctor Manuel **Sixto Sanjosé** España

Cunha sólida formación en Ciencias Empresariais, obtivo títulos en institucións prestixiosas como a **Universidade de Santiago de Compostela**, o TEC de Monterrey e a Escola de Negocios ESADE, onde completou un MBA, un máster en Innovación para o Desenvolvemento Empresarial e outro en Estratexia e **Xestión Sostible de Destinos Turísticos**.

Ao longo da súa carreira, fundou empresas como **INNOTUR Consultoría**, Códice Global Estratéxico e Grupo Proxectos, xestionando áreas relacionadas co turismo, o comercio, a cooperación e as políticas públicas. Tamén colaborou como consultor para Futuver e OBZ Management Consulting, e de forma independente, centrándose en desenvolvemento, turismo, emprendemento e comercio exterior.

Actualmente, como CEO de **INNOTUR**, **lidera 32 proxectos activos en España e Portugal**, promovendo iniciativas emprendedoras para destinos orientados ao turismo, creando clubs de produto e deseñando experiencias que se consolidaron como referentes de innovación.

A súa implicación na creación de **modelos de turismo sostibles e competitivos** converteuno nun referente internacional, con impacto en **España, Portugal e México**.

No ámbito académico, contribuíu como **profesor asociado en universidades de prestixio** como a Universidade Nebrija en España, a Universidade Anáhuac e o TEC de Monterrey en México, transmitindo a súa visión estratéxica ás novas xeracións.

O seu amor e compromiso co enoturismo internacional tamén se reflicte na súa certificación **WSET en Viños**, o que reforza o seu perfil como un líder integral, capaz de combinar a xestión empresarial, a sustentabilidade e a paixón pola cultura do viño en cada proxecto que dirixe.

[Conoce más](#)

ÍNDICE

Módulo 01 – Innovación

Concepto de innovación

Módulo 02 – Innovación no turismo

Módulo 3: Tipos de innovación

Utilidade de Tempo
Utilidade de Lugar
Utilidade de Estado
Utilidade de Posesión
Integración dos Beneficios na Estratexia de Distribución

Configuración
Técnicas de innovación en profit model
Técnicas de innovación de rede
Técnicas de innovación na estrutura
Técnicas de innovación nos procesos

Oferta
Técnicas de innovación na configuración do produto
Técnicas de innovación en sistemas de produto

Experiencia
Técnicas de innovación no servizo
Técnicas de innovación na canle
Técnicas de innovación na marca
Técnicas de innovación relacionadas co cliente

OBXECTIVOS XERAIS DE FORMACIÓN

1. Comprender que é innovar
2. Como aplicar a innovación no turismo
3. Para aprender que son as técnicas de innovación e como aplicalas

CONCEPTO DE INNOVACIÓN

O Libro Verde sobre a innovación de 1995 da Comisión Europea afirma que «a innovación considérase sinónimo de producir, assimilar e explotar con éxito algo novo nos ámbitos económico e social, de xeito que achegue solucións sen precedentes aos problemas e permita responder ás necesidades das persoas e da sociedade».

Pódese afirmar entón que a innovación consiste en xerar, baseadas na creatividade, novas ideas que aporten solucións, máis valiosas que as xa existentes no mercado, ás necesidades e problemas de calquera ámbito: económico, social, ambiental, etc.

02

INNOVACIÓN NO TURISMO

No sector turístico, a innovación debe considerarse un elemento central a través do cal atopar solucións tanto a nivel institucional (aos organismos de xestión do destino, en calquera aspecto relacionado coa planificación e estruturación do sector) como a nivel empresarial (aos que nel desenvolven a súa actividade).

Os tipos de innovación aplicables no proceso de creación de experiencias turísticas, así como as ferramentas dispoñibles para as empresas e os destinos, son diversos e pódense agrupar, seguindo a proposta de Doblin, en dez tipos.

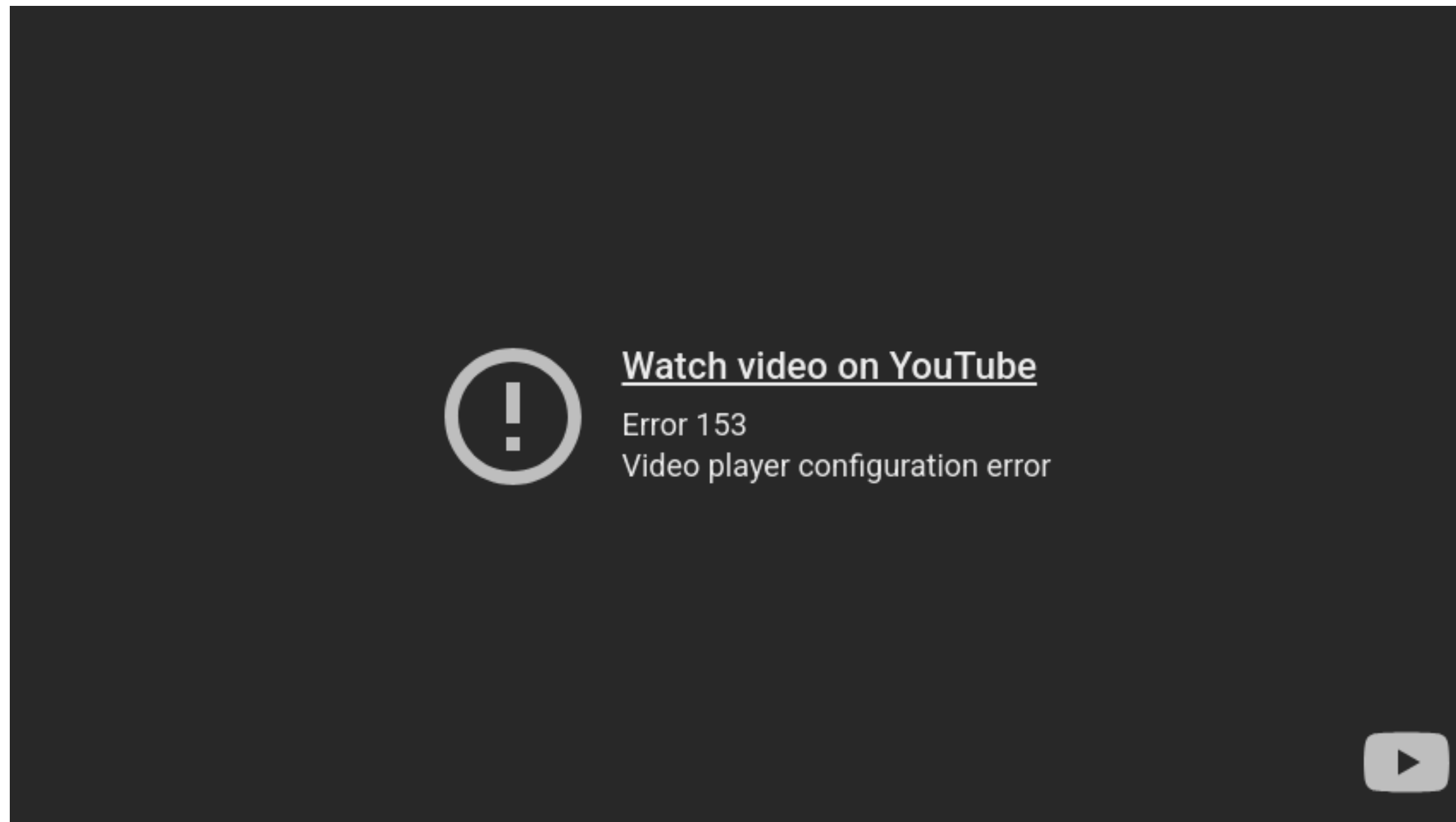
Desde a perspectiva de Doblin, a innovación consiste en "crear unha oferta nova e viable". Polo tanto, o proceso de innovación non está inherentemente ligado á invención, senón á identificación das necesidades do cliente e á elección da alternativa máis axeitada para satisfacelas; novidosa para o sector, pero non necesariamente totalmente nova.



A innovación non ten que implicar necesariamente unha invención para o mundo, senón que pode perfectamente basearse na transferencia á nosa actividade de solucións desenvolvidas noutras áreas ou sectores.

Exemplo

OS 10 MANDAMENTOS DA INNOVACIÓN



LIGAZÓN PARA ACCEDER AO VÍDEO

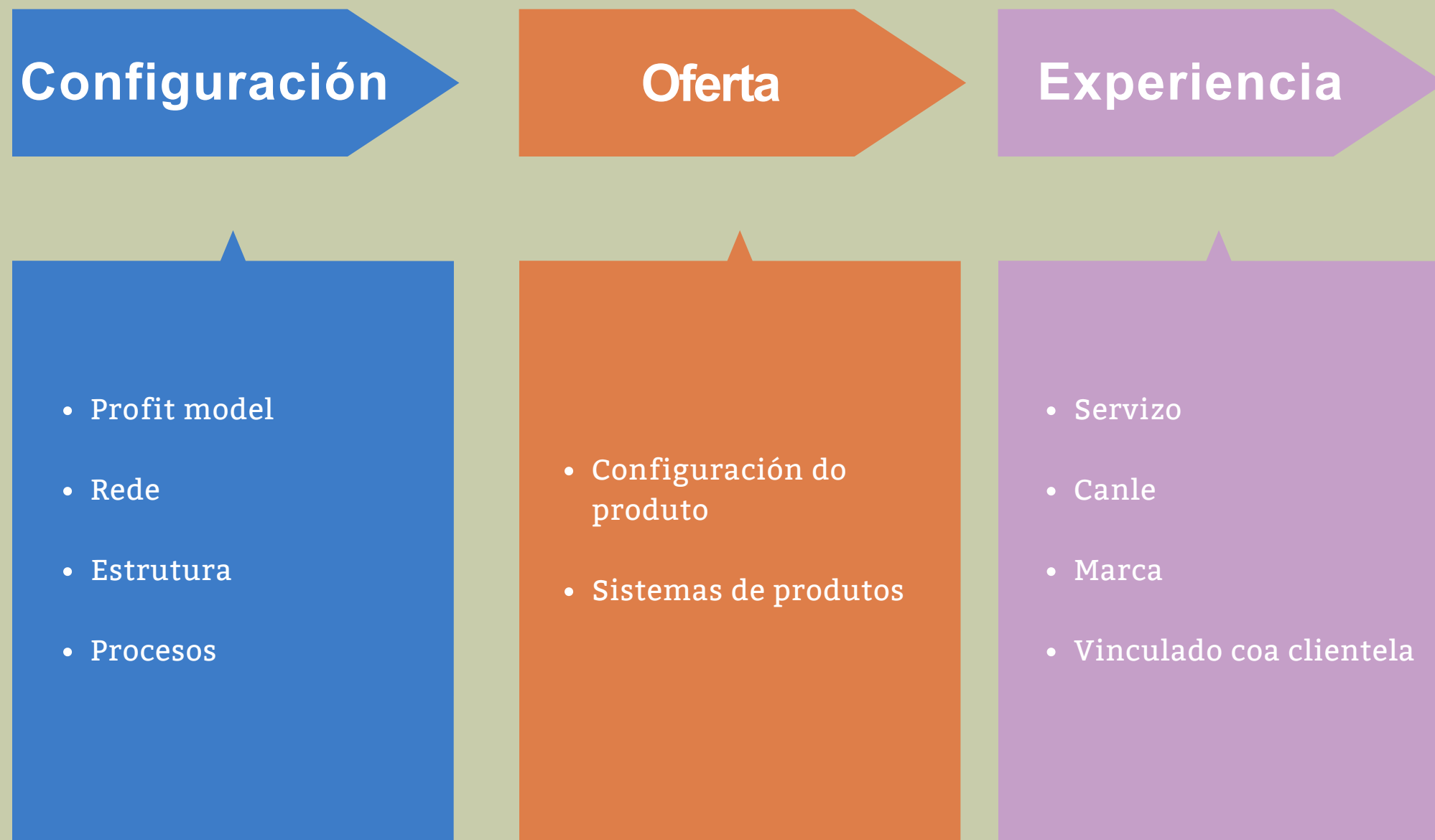
<https://www.youtube.com/watch?v=f1rdddAl8nw>

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

“Os modelos de negocio innovadores atopan unha nova forma de converter as ofertas dunha empresa e outras fontes de valor en efectivo. Os excelentes reflicten unha comprensión profunda do que os clientes e usuarios realmente aprecian e onde poderían atoparse novas oportunidades de ingresos ou prezos. Os modelos de ganancias innovadores a miúdo desafían as vellas suposicións da industria sobre que ofrecer, que cobrar ou como recadar ingresos. Esta é unha gran parte da súa poder: na maioría das industrias, o modelo de ganancias dominante a miúdo non se cuestiona durante décadas ”.

TIPOS DE INNOVACIÓN

Tendo en conta estes aspectos, o modelo de Doblin establece tres categorías principais que agrupan os dez tipos de innovación: configuración, oferta e experiencia.



CONFIGURACIÓN- PROFIT MODEL



"Os modelos de negocio innovadores atopan novas maneiras de converter as ofertas dunha empresa e outras fontes de valor en diñeiro. Os excelentes reflicten unha comprensión profunda do que os clientes e usuarios realmente valoran e onde poden residir novas oportunidades de ingresos ou prezos. Os modelos de beneficios innovadores adoitan desafiar as suposicións da industria de longa data sobre que ofrecer, que cobrar ou como obter ingresos. Esta é unha gran parte do seu poder: na maioría das industrias, o modelo de beneficios dominante adoita permanecer sen oposición durante décadas."

Exemplo

FREEMIUM/ WHATSAPP BUSINESS

- A estratexia coñecida como freemium, modelo consistente en ofrecer o produto ou servizo básico de modo gratuíto, pero cobrar por un servizo Premium, superior.
- Outro modelo é o desenvolvido por WhatsApp, consistente en ofrecer de modo gratuíto o servizo, cobrando exclusivamente a empresas (WhatsApp Business) e xerando ingresos pola cesión de datos.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN NO PROFIT MODEL

- **Uso medido:** consiste en permitir ao turista pagar exclusivamente polo que usa. Esta é a proposta de modelo de negocio do portal de reserva de habitacións de hotel BYHOURS, que ofrece a posibilidade de pagar só polas horas que se van a utilizar.
- **Risco compartido:** esta técnica leva aparellada a renuncia a parte do prezo para cobrar polo servizo, se non se alcanza un determinado nivel nalgunha variable considerada; pero se, pola contra, supérase o punto sinalado, as ganancias incrementaranse, mesmo por encima do prezo normal.

BYHOURS



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

•Base instalada: modelo que consiste en ofrecer un produto ou servizo básico con marxes de beneficio baixas, co obxectivo de estimular a demanda, obtendo posteriormente marxes moi elevadas na venda de produtos ou servizos adicionais. Un exemplo disto pódese atopar nas empresas de alugueiro de vehículos, que ofrecen paquetes básicos a prezos moi competitivos, atraendo así moitas reservas, e despois, unha vez que o cliente vai á oficina a recoller o coche, ofrécenlle diversos servizos complementarios.



Resumen de tu reserva



MG HS o similar
IGAR

450,80 €
total 7 días

Recogida: Santiago de Compostela Aeropuerto
13/10/2025 | 12:00

Devolución: Santiago de Compostela Aeropuerto
20/10/2025 | 12:00

✓

CANCELACIÓN 100% GRATUITA
Cancela hasta 24 horas antes de la hora de recogida.

Tarifa y cobertura

Just Go	322,00 €
Sin franquicia	
Sin preautorización	

Extras

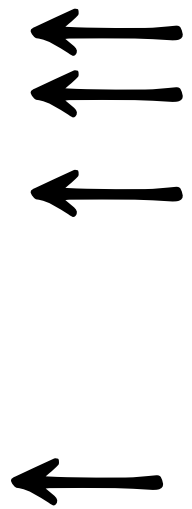
	Incluido
Recogida exprés	
Cruce de fronteras	140,00€ ×
Conductor adicional	66,50€ ×
Conductor estándar	
Cobertura Total Confort Premium	35,00€ ×

Cargos

Desglose

Total alquiler + cobertura	322,00 €
Total extras	241,50 €
Total cargos	0,00 €
Descuento web	-112,70 €

TOTAL**450,80 €**



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

- Poxa: Ás veces é posible permitir que os clientes fixen o prezo que están dispostos a pagar por un produto ou servizo mediante un modelo de poxa. Aeroméxico emprega esta estratexia nos seus procesos de actualización: unha vez que a compañía sabe que ten asentos libres en clase executiva para un voo en particular, abre unha poxa para eses asentos entre os seus clientes preferidos, na que as partes interesadas deben poxar o que están dispostas a pagar pola actualización.



Upgrade a Premier

Asciende a la altura de la comodidad con la Clase Premier de Aeroméxico. Para entrar a la subasta solo necesitas ingresar tus datos y decidir cuánto pagarías por tu Upgrade.

Clave de Reservación

Tu apellido

ENVIAR

CONFIGURACIÓN - REDE



As innovacións en rede proporcionan ás empresas unha forma de aproveitar os procesos, as tecnoloxías, as ofertas, os canles e as marcas doutras empresas, é dicir, practicamente todos os compoñentes dun negocio. Estas innovacións permiten que unha empresa poida aproveitar os seus propios puntos fortes á vez que aproveita as capacidades e os activos doutras. As innovacións en rede tamén axudan aos executivos a compartir o risco no desenvolvemento de novas ofertas e empresas. Estas colaboracións poden ser de curta ou longa duración e poden formarse entre aliados próximos ou mesmo entre competidores feroces.

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN REDE

- Innovación abierta e cocreación: Ofrecen ás empresas a oportunidade de acceder á creatividade desde fóra da organización, o que pode ser útil para complementar as súas capacidades e recursos. Esta innovación externa pode vir de calquera dos stakeholders, desde provedores ata clientes. As ideas innovadoras tamén se poden atopar en universidades e centros de investigación, ou en calquera outra persoa ou organización coa que a empresa teña unha relación. Eurostars Hotels, por exemplo, deseñou unha plataforma de escoita para recibir ideas dos seus hóspedes.



ENVÍANOS TUS IDEAS
Y GANA NOCHES DE HOTEL

Título de la idea

Explica tu propuesta aquí...(500 - 1000 palabras)

Nombre

Apellido

E-mail

☐ Acepto las condiciones del concurso
Obligatorio rellenar todos los campos para participar

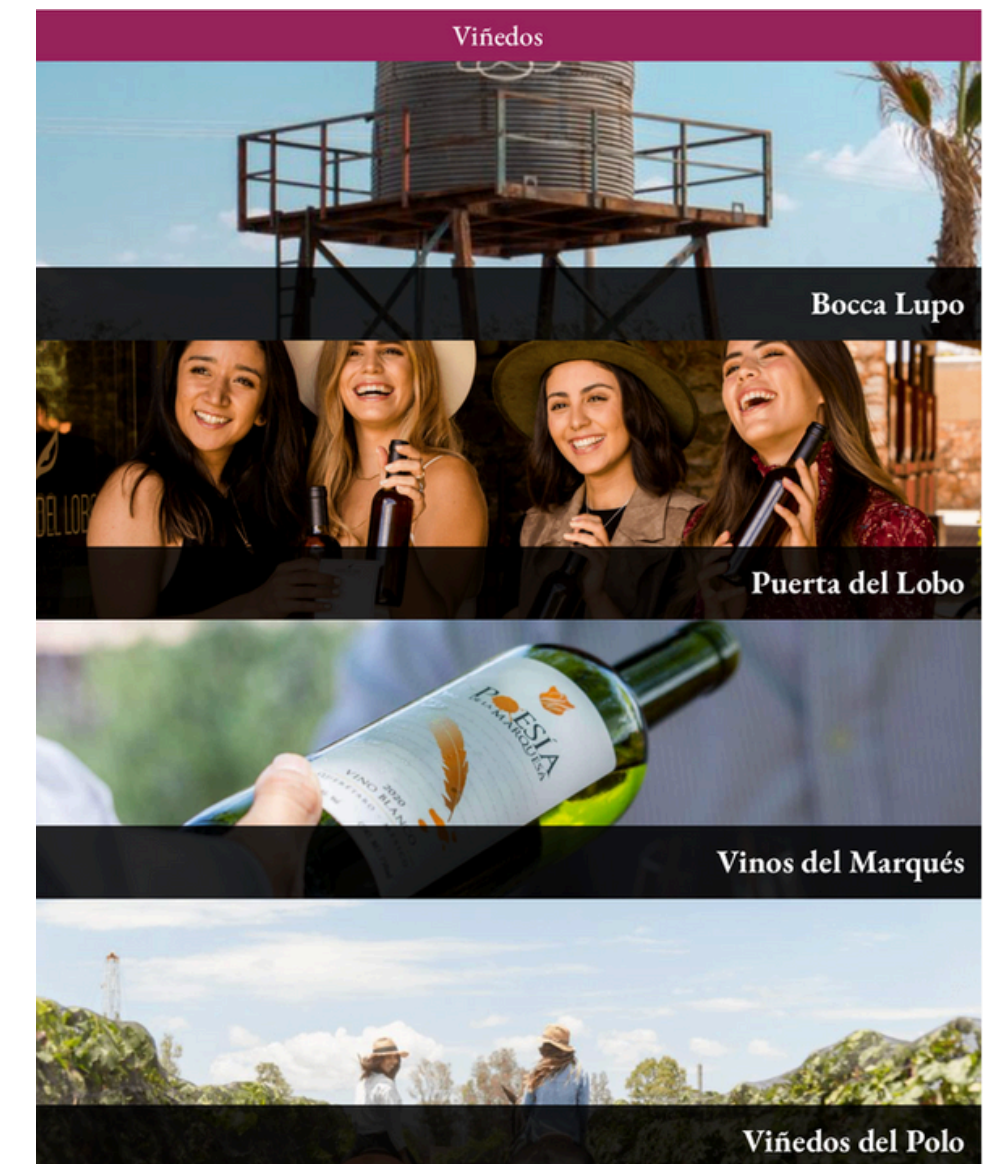
ENVIAR

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN REDE

- Alianzas: A creación de alianzas máis ou menos estables entre organizacións, baseadas no desenvolvemento de proxectos conxuntos para acadar obxectivos compartidos mediante a posta en común de capacidades, recursos e riscos, é unha das mellores maneiras de obter vantaxes competitivas sostibles. Un exemplo de alianzas formadas en destinos para a creación de produtos turísticos ou experiencias estruturadas é o modelo de negocio empregado por Haciendas y Viñedos del Marqués (Querétaro, México).

HACIENDAS
& VIÑEDOS
DEL MARQUÉS



CONFIGURACIÓN - ESTRUCTURA



"As innovacións estruturais céntranse na organización dos activos dunha empresa (tanxibles, humanos ou intanxibles) de xeitos únicos que crean valor. Poden incluír de todo, desde sistemas superiores de xestión do talento ata configuracións inxeniosas de equipos con moito capital. Os custos fixos e as funcións corporativas dunha empresa tamén se poden mellorar mediante innovacións estruturais, incluíndo departamentos como Recursos Humanos, I+D e TI."

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN ESTRUCTURA

- Integración das Tecnoloxías da Información: O sector turístico distinguíuse pola incorporación das novas tecnoloxías, especialmente nas áreas de comunicación e mercadotecnia, aínda que a súa integración noutras áreas operativas aínda está pendente. Hotel Representatives é unha consultora con oficinas en España, Brasil, Inglaterra, Colombia e Dubai, especializada, entre outras actividades, na xeración de información a través de modelos de Big Data. Nesta área, ofrecen servizos de monitorización para vinte países mediante o seguimento de 1.500 axentes turísticos e máis de 1.000 perfís en redes sociais.



"Founded in 2010, we are an independent global network of best-in-class marketing specialists dedicated to helping hotels turn change into advantage"

Kim Masas | Head of Commercial | European Markets

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN ESTRUCTURA

- Deseño organizacional: Isto permite ás empresas alinear os seus valores coas necesidades cambiantes dos turistas. Estes deseños deberían permitir-lles aproveitar os seus puntos fortes, utilizando a súa creatividade e capacidades. O restaurante Casa Marcelo en Santiago de Compostela desenvolveu un modelo organizativo baseado na creación dun equipo composto exclusivamente por cociñeiros.



CONFIGURACIÓN - PROCESOS

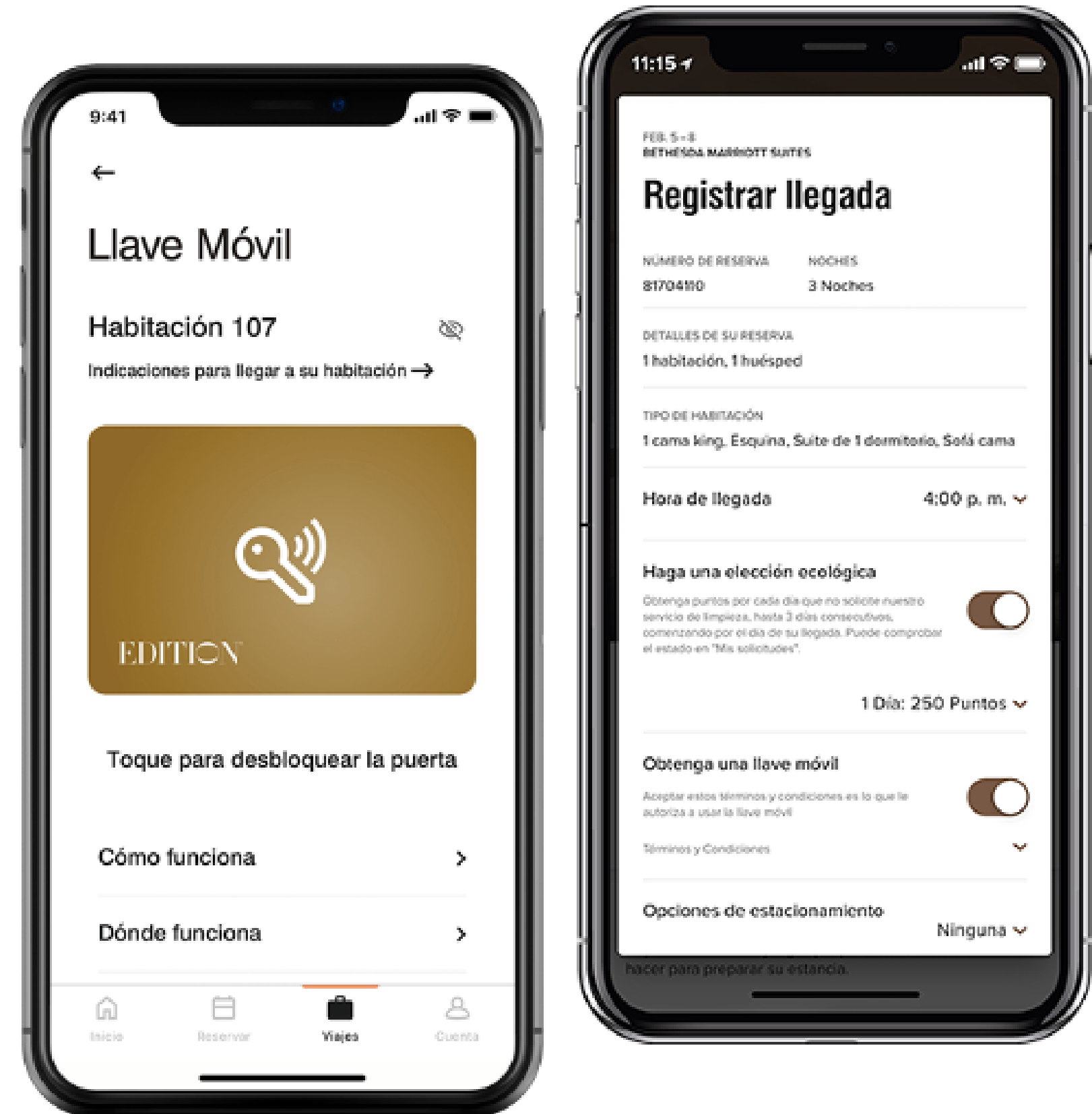


"As innovacións de procesos inclúen as actividades e operacións que producen as ofertas principais dunha empresa. Innovar aquí require un cambio drástico da "normalidade" que permita á empresa aproveitar as capacidades únicas, operar de forma eficiente, adaptarse rapidamente e xerar marxes líderes no mercado. As innovacións de procesos adoitan formar parte da competencia fundamental dunha empresa e poden incluír enfoques patentados ou propietarios que proporcionan vantaxes durante anos ou incluso décadas. Idealmente, son a "salsa especial" que os competidores simplemente non poden replicar."

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROCESOS

- Automatización de procesos: uso da tecnoloxía e de todas as ferramentas dispoñibles para liberar os empregados de certas tarefas e proporcionar un servizo que engada valor. A cadea hoteleira Marriott ten a aplicación Marriott Bonvoy, onde os hóspedes poden facer o check-in desde os seus teléfonos móbiles, recibindo unha notificación de habitación lista e a súa chave móbil, eliminando a necesidade de ir á recepción. Os hóspedes tamén poden solicitar comodidades ou servizos durante a súa estadía e facer o check-out de forma independente a través da aplicación.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROCESOS

- Estandarización de procesos: o desenvolvemento por parte das empresas de procedementos operativos estandarizados, así como a definición de políticas xerais, permite unha redución da complexidade e dos custos, e evita erros, axudando a garantir que o servizo prestado sexa de maior calidade.
- Hai uns anos, a Secretaría de Turismo de México deseñou un modelo na procura dunha mellora da competitividade e da calidade, baseado en dúas características distintivas coñecidas como H (Hixiene) e M (Programa de Modernización).





Coffee break

Un bo café tamén forma parte da experiencia

OFERTA - CONFIGURACIÓN DO PRODUTO



"As innovacións no rendemento dos produtos abordan o valor, as características e a calidade da oferta dunha empresa. Este tipo de innovación implica tanto produtos completamente novos como actualizacións e extensións de liñas que engaden un valor substancial. Con demasiada frecuencia, a xente confunde o rendemento do produto coa suma da innovación. As innovacións no rendemento dos produtos que ofrecen unha vantaxe competitiva a longo prazo son a excepción, non a regra."

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO

- **Personalización:** esta técnica consiste en modificar un producto ou servizo para adaptalo aos requisitos, gustos e preferencias dun cliente en particular. A axencia de viaxes española Pangea definiu o seu modelo de negocio personalizando as viaxes dos seus clientes. Un equipo de asesores guía os clientes a través do proceso de creación da súa propia experiencia de viaxe baseada nos seus intereses, gustos e preferencias.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO

- Facilitade de uso: Simplificar o uso e o desfrute do produto ou servizo turístico debería ser sempre un obxectivo no desenvolvemento de innovacións. Cadeas hostaleiras como Marriott e Wynn implementaron altofalantes Amazon Alexa Echo nos seus hoteis, co obxectivo de permitir que os hóspedes personalicen a súa experiencia na habitación, simplificando os procesos de interacción co hotel como solicitar toallas ou facer unha reserva para un servizo (restaurante, spa, etc.).



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO

- Funcionalidade atractiva: Ao modificar algún atributo, característica ou acción no servizo turístico, pódese ofrecer aos clientes un compoñente experiencial que aumente a súa interacción con el. Un exemplo é Rancho Santa Marina, unha queixería artesanal situada no municipio de El Marqués en Querétaro (México). A Experiencia Santa Marina é un dos produtos turísticos que ofrece a queixería.



OFERTA - SISTEMAS DE PRODUCTO



"As innovacións nos sistemas de produtos baséanse en como os produtos e servizos individuais se conectan ou combinan para crear un sistema robusto e escalable. Isto foméntase mediante a interoperabilidade, a modularidade, a integración e outras formas de crear conexións valiosas entre ofertas distintas e dispares. As innovacións nos sistemas de produtos axúdanche a crear ecosistemas que cativan e deleitan aos clientes e os defenden da competencia."

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCTO

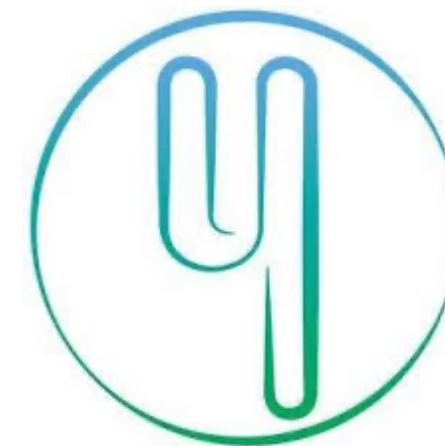
- Complementos: Esta técnica consiste en vender productos adicionales relacionados coa compra inicial, complementando e mellorando a experiencia do cliente. Un exemplo é Walt Disney World en Orlando, Florida. O parque ofrece os seus servizos a través dun sistema modular, comezando coa compra de entradas. Despois pódense engadir varios complementos, como pases VIP, comidas nos restaurantes do parque, álbums de fotos e unha ampla gama de aloxamentos nos hoteis do resort. Todos os servizos adquiridos contrólanse e xestiónanse a través da MagicBand (unha pulseira con tecnoloxía que permite o rexistro e o control de acceso e pagamentos nos establecementos de Disney), mellorando así a experiencia do cliente.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCTO

- Plataformas de produtos e servizos: hoxe en día, debido á importancia no desenvolvemento de modelos de comercialización de produtos e experiencias turísticas na internet, a creación de sistemas que conecten produtos e servizos de distintas empresas dentro dun destino convértese nunha excelente opción para a creación dunha oferta integral. Yugen Earthside é unha plataforma norteamericana formada por un equipo de profesionais do turismo apaixonados polas viaxes e a sustentabilidade. Nesta plataforma, elixindo un determinado destino, o turista pode identificar diferentes alternativas e complementos para a viaxe que pretende realizar



The Galapagos Islands
**Scuba 'Dive & Stay'
Package – Galapagos
Islands**

From \$1,940 pp

7 DAYS SELF-
GUIDED



Costa Rica
**Sustainable Essence of
Costa Rica**

From \$1,600 pp

13 DAYS SELF-
GUIDED



Costa Rica
**Costa Rica's Hidden
Gems & Niche Eco
Experiences**

From \$2,725 pp

15 DAYS SELF-
GUIDED



Costa Rica
**Immersive Costa Rica
Family Adventure**

From \$1,760 pp

10 DAYS SELF-
GUIDED

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCTO

- Agrupación de produtos: Outra técnica para xerar sistemas de produto consiste en agrupar produtos e servizos turísticos para a súa venda conxunta. Isto coñécese como agrupación. Enrique López, un sumiller español, desenvolveu unha experiencia turística baseada en dúas das súas paixóns, o Camiño de Santiago e o viño, chamada CAVINO. A experiencia, desenvolvida en seis etapas, vai de Logroño a Santiago de Compostela e consiste en descubrir o Camiño de Santiago a través dos seus viños.



EXPERIENCIA - SERVIZO



"As innovacións de servizos garanten e melloran a utilidade, o rendemento e o valor percibido dunha oferta. Facilitan a proba, o uso e o desfrute dun produto; revelan características e funcionalidades que os clientes doutro xeito poderían pasar por alto; e resolven problemas e suavizan as dificultades na viaxe do cliente. Ben feitas, elevan os produtos insípidos e mediocres en experiencias atractivas que os clientes buscan unha e outra vez."

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN SERVICIO

- Programas de fidelización: Trátase de diseñar un modelo de reconocimiento para recompensar a clientes habituais e de alto valor ofrecendo descuentos ou outros beneficios. Un exemplo disto pódese atopar nas compañías aéreas. Este é o caso da aeroliña española Iberia e o seu programa Iberia Plus. Este programa, baseado na emisión dunha tarxeta de fidelización de clientes con varios niveis dependendo dos niveis de gasto, permite aos membros acumular Avios canxeables por voos e outros produtos e servizos, tanto relacionados co turismo como doutro tipo.



PUNTOS ELITE

Ahora ganarás Puntos Elite por euro gastado y no por distancia.

$$1\text{€} = 1 \text{ $$

Además, conseguirás Puntos Elite gracias a las **marcas asociadas del programa.**

$$10 \text{  = 1 \text{ $$

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN SERVIZO

- Autoservizo: Proporcionar aos usuarios control sobre unha actividades que doutro xeito requirirían dun intermediario para ser completadas. A modalidade buffet implantada en moitos restaurantes supuxo, no seu momento, unha innovación desta categoría.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN SERVIZO

Servizo superior: a aplicación desta técnica debería levar á empresa a ofrecer ao cliente un servizo de mellor calidade que proporcione unha experiencia de maior valor que a que ofrece a competencia.

Chablé Resort & Spa, situado no estado de Yucatán, gañou o premio Prix Versailles ao Mellor Hotel do Mundo en 2017. O hotel Chablé destaca, sobre todo, polo seu excelente servizo, que comeza coa recepción no aeroporto e se estende a cada unha das interaccións que os hóspedes teñen co persoal do hotel, incluído o seu magnífico restaurante IX'IM (un proxecto do chef Jorge Vallejo, propietario de Quintonil en Cidade de México, un restaurante clasificado no posto número 27 na lista The World's 50 Best Restaurants de San Pellegrino53).



EXPERIENCIA- CANLE



"As innovacións de canle abarcan todas as formas en que conectas as ofertas da túa empresa cos teus clientes e usuarios. Os innovadores cualificados neste campo adoitan atopar formas múltiples pero complementarias de levar os seus produtos e servizos aos clientes. O seu obxectivo é garantir que os usuarios poidan mercar o que queren, cando e como queren, cunha fricción e un custo mínimos e co máximo desfrute."

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN NA CANLE

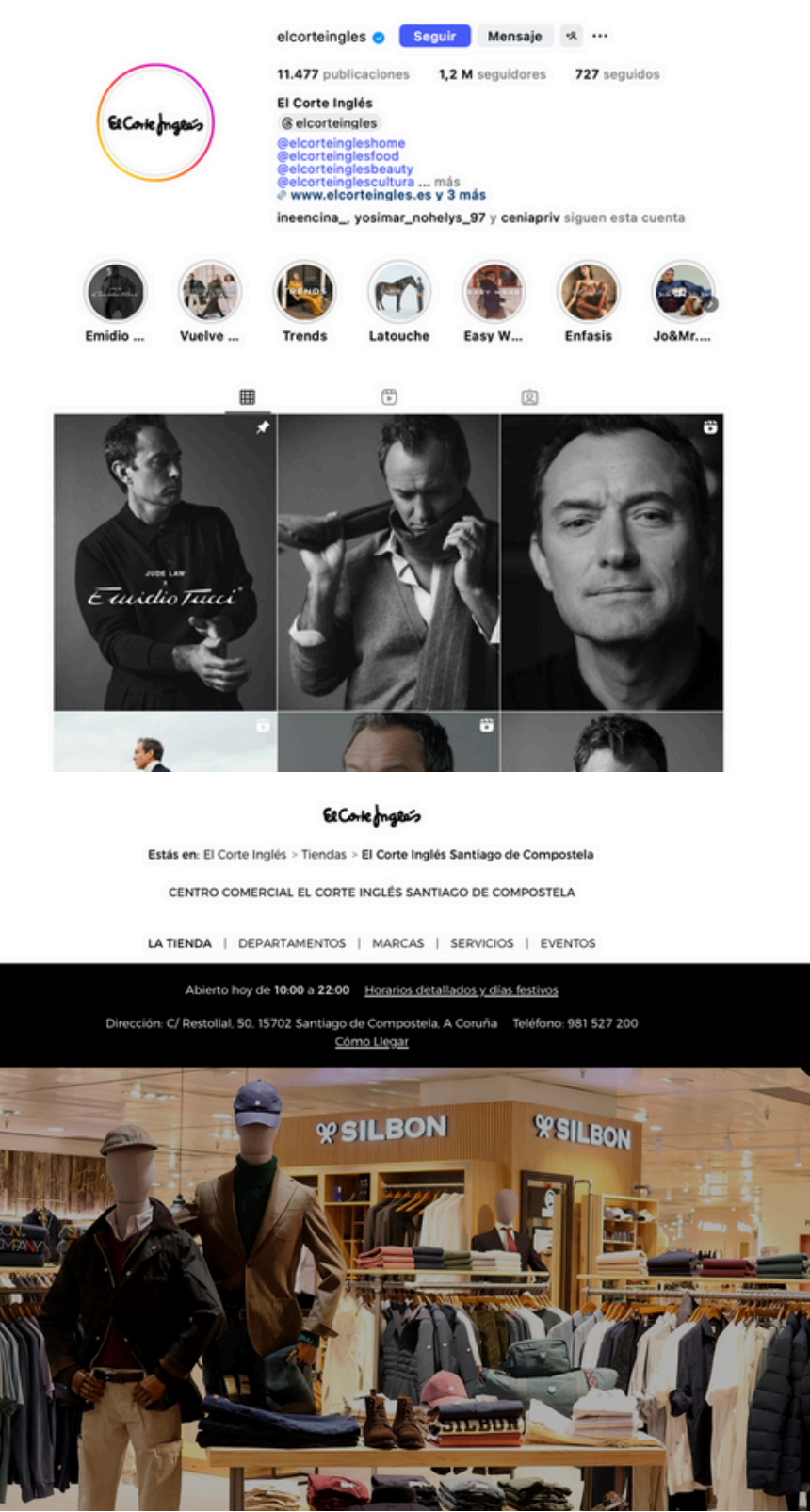
- Venda cruzada: Para empregar esta técnica, a empresa debe identificar os lugares onde os turistas solicitan información, para poder ofrecela neses puntos e mesmo formalizar acordos de venda. Unha actividade imprescindible ao viaxar a Quito, Ecuador, é a visita ao monumento da Mitade do Mundo. No mostrador de conserxería do Hotel Hilton Colón de Quito, como en moitos outros hoteis da cidade, ofrécese unha excursión á Mitade do Mundo. Os operadores turísticos que ofrecen a excursión utilizan os hoteis como canles de comunicación e venda para os seus servizos, xa que os seus conserxes están entre os provedores de información turística máis habituais no destino.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN NA CANLE

- Diversificación de canles: Esta técnica implica a expansión a novas e diferentes canles de comunicación e venda. Esta expansión baséase nun modelo integrado que permite aos turistas conectar coa empresa a través de diversos medios. A estratexia omnicanle de Viajes El Corte Inglés baséase na análise do comportamento de compra dos clientes actuais, o que implica innumerables interaccións entre canles, como publicacións en redes sociais de Viajes El Corte Inglés ou outras fontes, publicidade tradicional en radio, televisión e prensa escrita, etc.



EXPERIENCIA - MARCA



"As innovacións de marca axudan a garantir que os clientes e usuarios recoñezan, lembren e prefiran as túas ofertas ás dos teus competidores ou substitutos. As grandes marcas destilan unha "promesa" que atrae compradores e transmite unha identidade distintiva. Normalmente son o resultado de estratexias coidadosamente deseñadas e implementadas en moitos puntos de contacto entre a túa empresa e os teus clientes, incluíndo comunicacións, publicidade, interaccións de servizo, entornos de canles e comportamento dos empregados e socios comerciais. As innovacións de marca poden transformar os produtos básicos en produtos prezados e conferir significado, intención e valor ás súas ofertas e a súa empresa. "

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN MARCA

- Certificación: O Instituto para a Calidade Turística Española (ICTE) outorga a certificación ás empresas que cumpren os criterios de implantación do modelo de calidade turística para o seu sector, outorgándolles o selo "Q" de Calidade Turística. Esta certificación "Q" convértese nun indicador de calidade que permite ás empresas certificadas diferenciarse dos seus competidores, ofrecendo unha promesa de servizo superior.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN MARCA

- Aliñamento de valores: A través desta ferramenta, a empresa busca asociar a marca cunha idea relevante ou un conxunto de valores expresados de forma coherente e relacionados coa súa actividade. En 2014, a cidade de Copenhague recibiu a distinción Cidade Verde Europea, un premio que recoñeceu os esforzos da cidade para ser considerada "respectuosa co medio ambiente". Tanto Dinamarca como a cidade de Copenhague levan décadas traballando para converterse en líderes na protección ambiental, a eficiencia e a sustentabilidade.



EXPERIENCIA - VINCULADA Á CLIENTELA

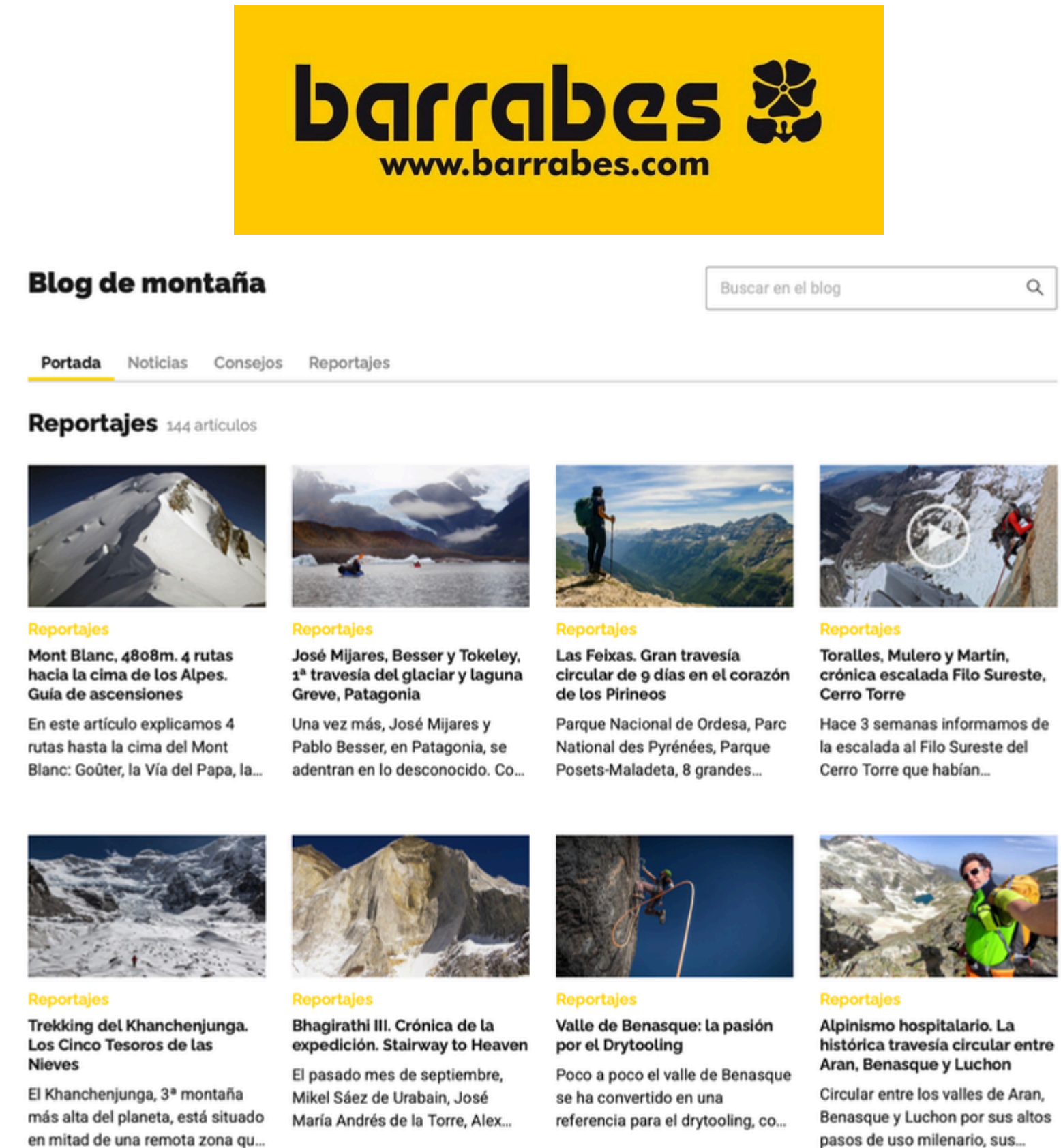


"Estas innovacións tratan de comprender as aspiracións profundamente arraigadas dos clientes e usuarios, e de usar ese coñecemento para desenvolver conexións significativas entre eles e a súa empresa. As grandes innovacións na interacción cos clientes ofrecen amplas vías para a exploración e axudan ás persoas a atopar xeitos de facer que partes das súas vidas sexan máis memorables, satisfactorias, agradables e mesmo máxicas".

Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN RELACIONADAS COA CLIENTELA

- Comunidade e pertenza: As empresas ou os destinos poden crear comunidades que fomenten as conexións entre turistas con intereses comúns, o que lles permite sentirse parte dun grupo dinámico. A empresa española Barrabés explorou as características das persoas que practican deportes de montaña e, desde entón, desenvolveu unha comunidade de clientes onde a empresa e os membros da rede comparten información relacionada cos deportes de montaña. A comunidade orixinouse coa creación dun blog por parte da empresa, que xera contido de interese para a comunidade.



Exemplo

TÉCNICAS DE INNOVACIÓN RELACIONADAS COA CLIENTELA

- Estatus e recoñecemento: O uso desta ferramenta implica que a empresa debe ofrecer sinais que sexan significativas para o turista e que lle permitan a este e ás persoas coas que interactúa desenvolver aspectos relacionados coa súa identidade. O Centro de Iniciativas e Turismo das Comarcas do Sur de Tenerife, en España, outorga recoñecemento dúas veces ao ano aos turistas que visitan repetidamente a illa durante moitos anos. Este recoñecemento ten como obxectivo agradecer a fidelidade destes turistas que elixiron a illa como o seu destino habitual de vacacións.

06 MAR

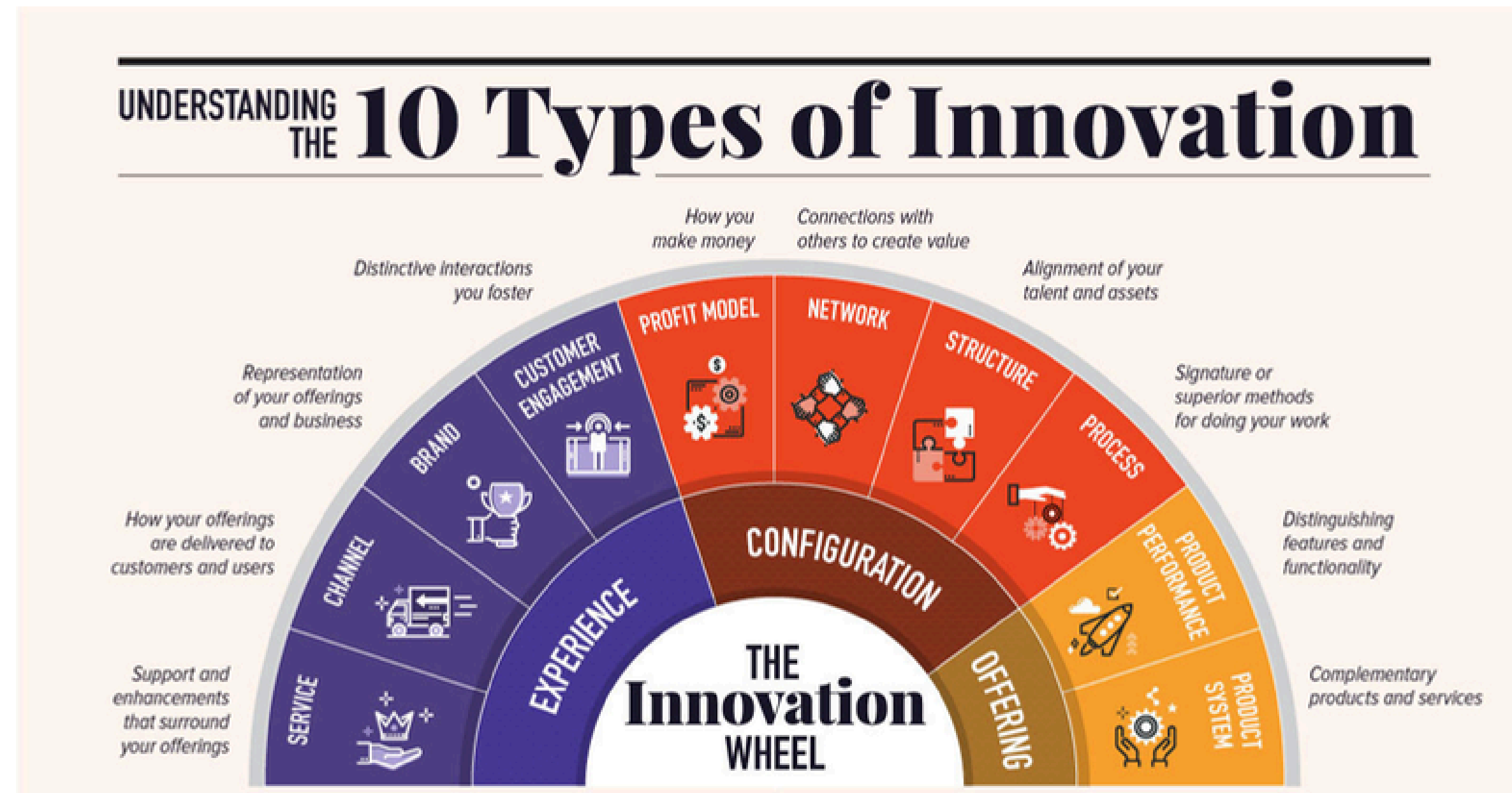
Más de 50 turistas han recibido en Arona el reconocimiento a clientes fieles del CIT Sur

Escrito por redacción | tamaño de la fuente   | [Imprimir](#) | [Email](#)



Exemplo

10 TIPOS DE INNOVACIÓN





CreaciónExperiencias



www.anllons2.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@anllons2.creacionexperiencias.com



Tel: +34 625 54 77 48