

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN EL TURISMO

2025

# ÍNDICE

## Módulo 01 – Innovación

Concepto de innovación

## Módulo 02 – Innovación en el turismo

## Módulo 03 – Tipos de Innovación

Utilidad de Tiempo

Utilidad de Lugar

Utilidad de Estado

Utilidad de Posesión

Integración de las Utilidades en la Estrategia de Distribución

Configuración

Técnicas de innovación en profit model

Técnicas de innovación en red

Técnicas de innovación en la estructura

Técnicas de innovación en procesos

Oferta

Técnicas de innovación en configuración de producto

Técnicas de innovación en sistemas de producto

Experiencia

Técnicas de innovación en el servicio

Técnicas de innovación en el canal

Técnicas de innovación en la marca

Técnicas de innovación vinculadas con la clientela

---

---

# OBJETIVOS GENERALES DE LA FORMACIÓN

1. Conocer qué es innovar
2. Cómo aplicar la innovación en el turismo
3. Conocer cuáles son las técnicas de innovación y cómo aplicarlas

---

# CONCEPTO DE INNOVACIÓN

El Libro Verde de la Innovación de la Comisión Europea del año 1995 indica que “la innovación se considera sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad”.

---

# CONCEPTO DE INNOVACIÓN

El Libro Verde de la Innovación de la Comisión Europea del año 1995 indica que “la innovación se considera sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad”.

Se puede afirmar entonces que la innovación consiste en generar, a base de creatividad, nuevas ideas que aporten soluciones, más valiosas que las ya existentes en el mercado, a las necesidades y problemas de cualquier ámbito: económico, social, medioambiental, etc.

---

## 02

# INNOVACIÓN EN EL TURISMO

En el sector turístico, la innovación debe ser considerada un elemento central a través del cual dar con soluciones tanto a nivel institucional (a los organismos de gestión de destinos, en cualquier aspecto relacionado con la planificación y estructuración del sector) como empresarial (a quienes desarrollan su actividad en él).

Los tipos de innovación aplicables en el proceso de creación de experiencias turísticas, así como las herramientas disponibles para las empresas y destinos, son diversos y pueden ser agrupados, siguiendo la propuesta de Doblin, en diez tipos.

Desde la perspectiva de Doblin la innovación consiste en “crear una nueva oferta viable”. Por lo que el proceso de innovación no va inherentemente unido al de invención, sino más bien a la identificación de las necesidades de los clientes y la elección de la alternativa más adecuada para cubrirlas, novedosa en el sector pero no necesariamente nueva.

---

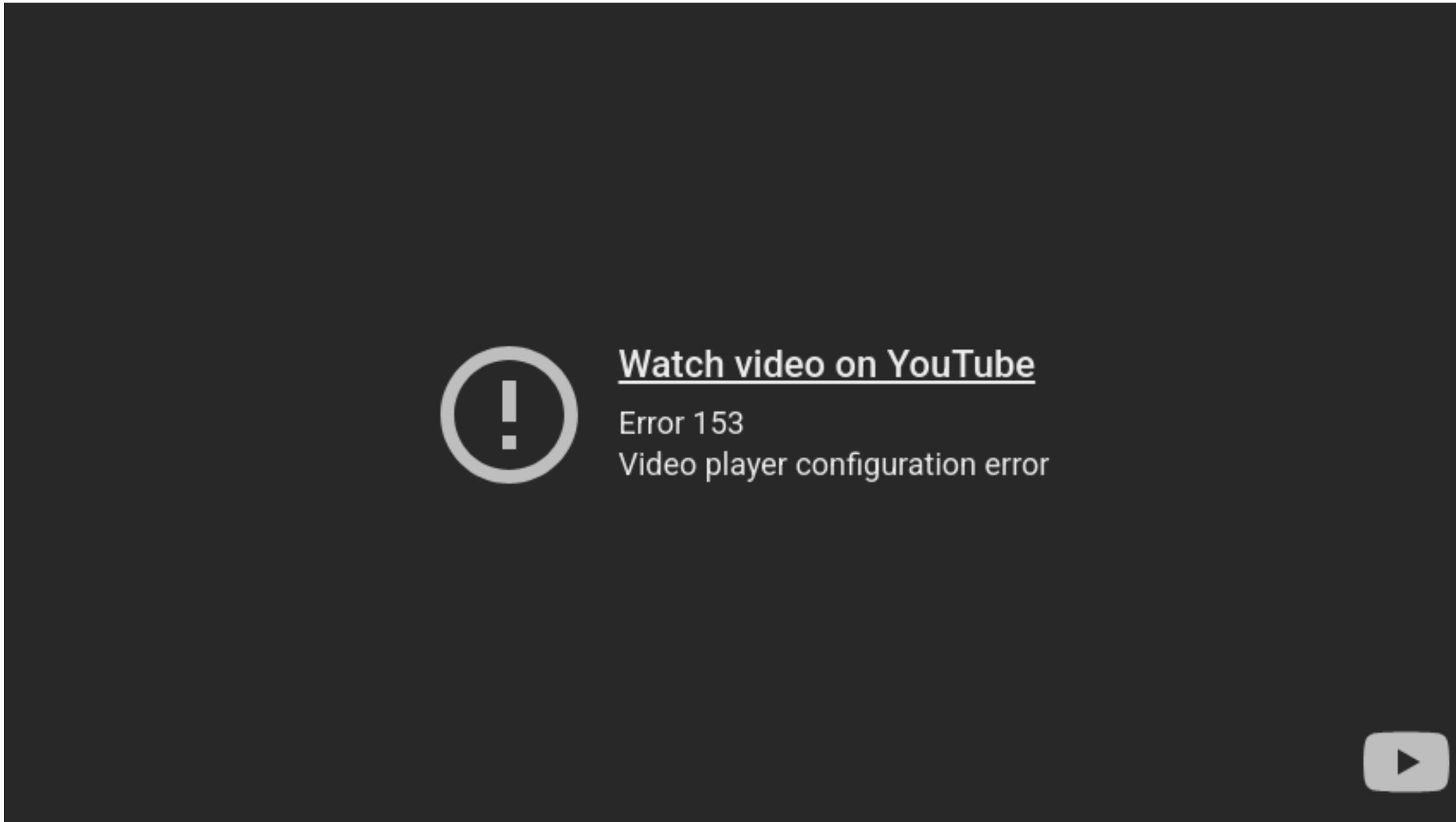
99

*La innovación no tiene por qué suponer una invención para el mundo, sino que puede, perfectamente, basarse en el traslado a nuestra actividad de soluciones desarrolladas en otros ámbitos o sectores.*

---

Ejemplo

## LOS 10 MANDAMIENTOS DE LA INNOVACIÓN



ENLACE PARA ACCEDER AL VIDEO  
[https://www.youtube.com/watch?  
v=f1rdddAl8nw](https://www.youtube.com/watch?v=f1rdddAl8nw)

---

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

*"Los modelos de negocio innovadores encuentran una nueva forma de convertir las ofertas de una empresa y otras fuentes de valor en efectivo. Los excelentes reflejan una comprensión profunda de lo que los clientes y usuarios realmente aprecian y dónde podrían encontrarse nuevas oportunidades de ingresos o precios. Los modelos de ganancias innovadores a menudo desafían las viejas suposiciones de la industria sobre qué ofrecer, qué cobrar o cómo recaudar ingresos. Esta es una gran parte de su poder:en la mayoría de las industrias, el modelo de ganancias dominante a menudo no se cuestiona durante décadas ".*

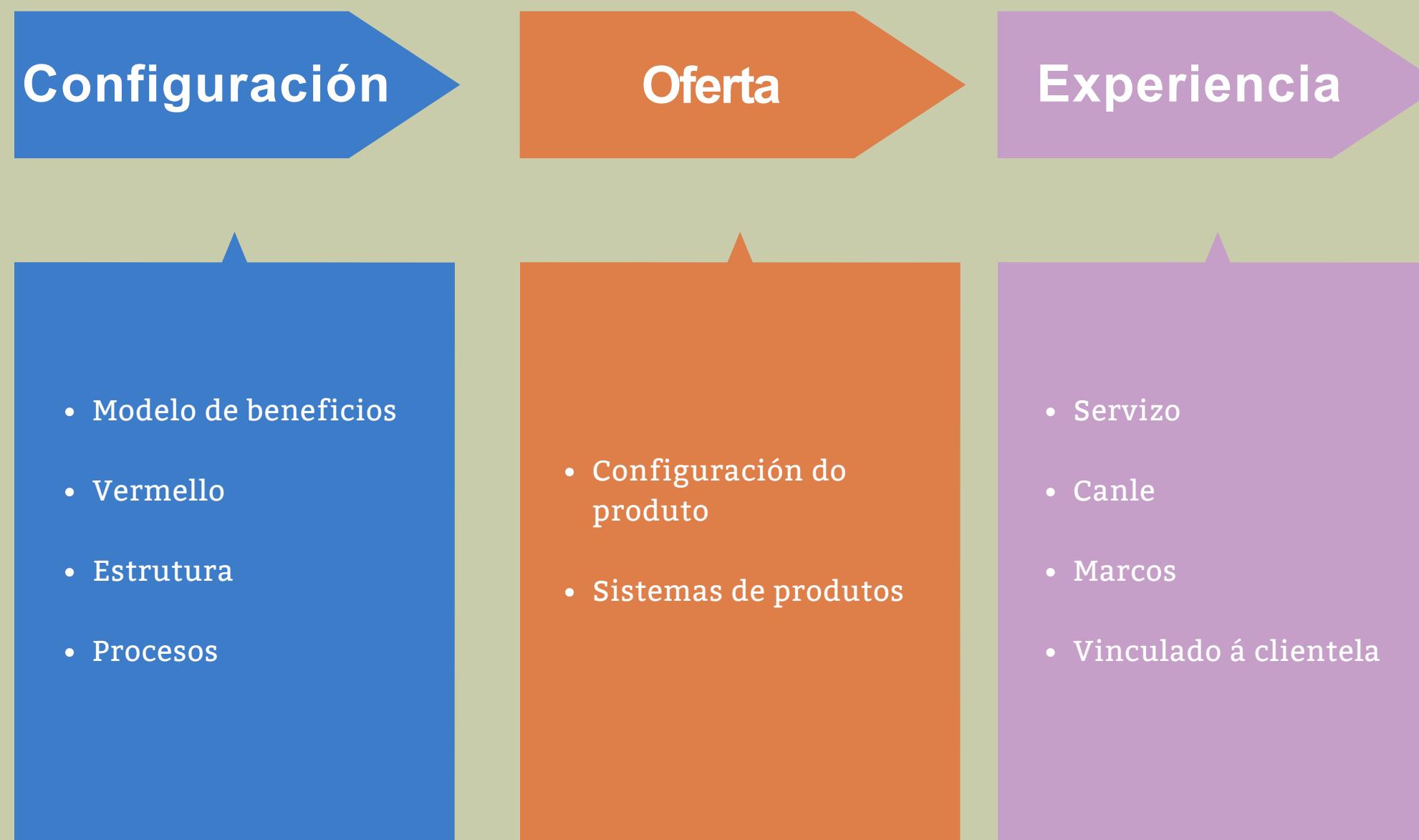
# TIPOS DE INNOVACIÓN

Atendiendo a estos aspectos, el modelo de Doblin establece tres grandes categorías que agrupan los diez tipos de innovación: configuración, oferta y experiencia.



# 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

”

*“Los modelos de negocio innovadores encuentran una nueva forma de convertir las ofertas de una empresa y otras fuentes de valor en efectivo. Los excelentes reflejan una comprensión profunda de lo que los clientes y usuarios realmente aprecian y dónde podrían encontrarse nuevas oportunidades de ingresos o precios. Los modelos de ganancias innovadores a menudo desafían las viejas suposiciones de la industria sobre qué ofrecer, qué cobrar o cómo recaudar ingresos. Esta es una gran parte de su poder:en la mayoría de las industrias, el modelo de ganancias dominante a menudo no se cuestiona durante décadas ”.*

---

Ejemplo

## **FREEMIUM/ WHATSAPP BUSINESS**

- La estrategia conocida como freemium, modelo consistente en ofrecer el producto o servicio básico de modo gratuito, pero cobrar por un servicio Premium, superior.
- Otro modelo es el desarrollado por WhatsApp, consistente en ofrecer de modo gratuito el servicio, cobrando exclusivamente a empresas (WhatsApp Business) y generando ingresos por la cesión de datos.



---

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

- Uso medido: consiste en permitir al turista pagar exclusivamente por lo que usa. Esta es la propuesta de modelo de negocio del portal de reserva de habitaciones de hotel BYHOURS, que ofrece la posibilidad de pagar sólo por las horas que se van a utilizar.
- Riesgo compartido: esta técnica lleva aparejada la renuncia a parte del precio a cobrar por el servicio, si no se alcanza un determinado nivel en alguna variable considerada; pero si, por el contrario, se supera el punto señalado, las ganancias se incrementarán, incluso por encima del precio normal.

**BYHOURS**



Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

- Base instalada: modelo que consiste en la oferta de un producto o servicio básico, con reducidos márgenes de beneficio, con el objetivo de incentivar la demanda, obteniendo posteriormente márgenes muy elevados en la contratación de productos o servicios adicionales. Un ejemplo lo encontramos en empresas de alquiler de coche, que ofrecen paquetes básicos con precios muy competitivos, captando con ello muchas reservas, y que, una vez el cliente acude a la oficina para recoger el coche, le ofrecen diversos servicios 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		
<b>CANCELACIÓN 100% GRATUITA</b> Cancela hasta 24 horas antes de la hora de recogida.		
Tarifa y cobertura		
Just Go	322,00 €	
Sin franquicia		
Sin preautorización		
Extras		
Recogida exprés	Incluido	
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 €

---

Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROFIT MODEL

- Subasta: en ocasiones es posible permitir que los clientes establezcan el precio que están dispuestos a pagar por un producto o servicio, mediante un modelo de subasta. Esta estrategia la utiliza la compañía Aeroméxico en los procesos de upgrading: una vez que la empresa sabe que dispone de plazas sin ocupar en Business para un determinado vuelo, abre una subasta de las plazas entre los clientes preferentes, en la que los interesados deben ofertar lo que están dispuestos a pagar por dicho ascenso.



### 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- RED

”

*Las innovaciones de red brindan a las empresas una forma de aprovechar los procesos, tecnologías, ofertas, canales y marcas de otras empresas, prácticamente todos y cada uno de los componentes de una empresa. Estas innovaciones significan que una empresa puede capitalizar sus propias fortalezas mientras aprovecha las capacidades y los activos de los demás. Las innovaciones de red también ayudan a los ejecutivos a compartir el riesgo en el desarrollo de nuevas ofertas y empresas. Estas colaboraciones pueden ser breves o duraderas, y pueden formarse entre aliados cercanos o incluso competidores acérrimos ”.*

Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN RED

- Innovación abierta y co-creación: dan la oportunidad a la empresa de acceder a creatividad procedente de fuera de la organización, que puede resultarle de utilidad al complementar sus capacidades y recursos. Esta innovación proveniente del exterior puede localizarse en cualquiera de los stakeholders, desde proveedores hasta clientes. También pueden localizarse ideas innovadoras en universidades y centros de investigación, o en cualquier otra persona u organización con la que tenga relación la empresa. Eurostars Hoteles, por ejemplo, ha diseñado una plataforma de escucha para recibir ideas procedentes de sus usuarios.



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

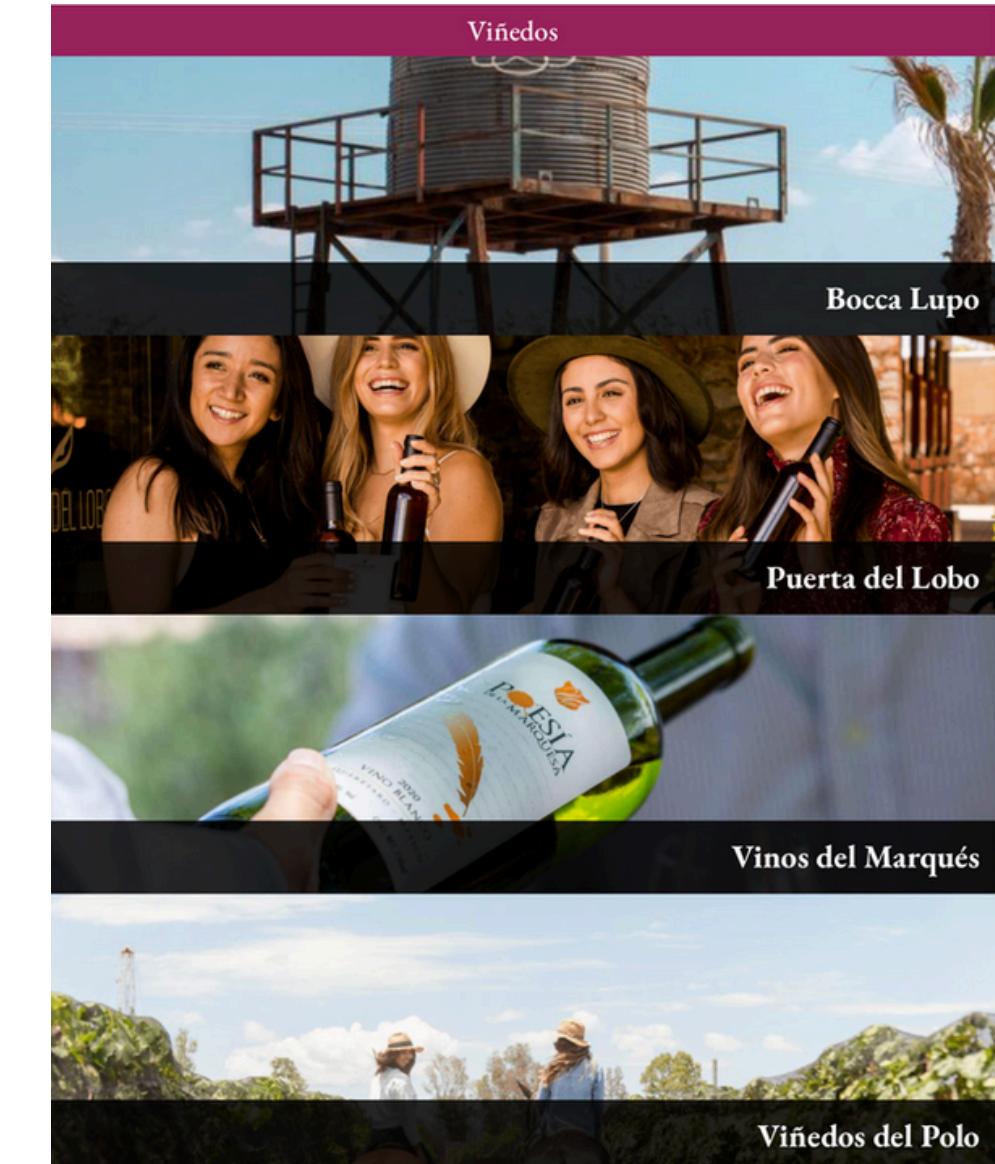
ENVIAR

---

# Ejemplo TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN RED

- Alianzas: la creación de alianzas más o menos estables entre organizaciones, basadas en el desarrollo de proyectos conjuntos con los que alcanzar objetivos compartidos, mediante la puesta en común de capacidades, recursos y riesgos, es una de las mejores maneras de obtener ventajas competitivas sostenibles. Un ejemplo de alianzas nacidas en destinos para la creación de productos turísticos o experiencias estructuradas. Este modelo de negocio es el que utilizan Haciendas y Viñedos del Marqués (Querétaro, México).

HACIENDAS  
& VIÑEDOS  
DEL MARQUÉS



---

# CONFIGURACIÓN- ESTRUCTURA

”

*“Las innovaciones de estructura se centran en organizar los activos de la empresa (duros, humanos o intangibles) de formas únicas que crean valor. Pueden incluir de todo, desde sistemas superiores de gestión de talentos hasta ingeniosas configuraciones de equipo de capital pesado. Los costos fijos y las funciones corporativas de una empresa también se pueden mejorar mediante innovaciones de estructura, incluidos departamentos como Recursos Humanos, I + D y TI.”*

---

Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN ESTRUCTURA

- Integración de Tecnologías de la Información: El sector turístico se ha destacado por la incorporación de nuevas tecnologías, sobre todo en el ámbito de la comunicación y comercialización, teniendo aún pendiente su incorporación a otros ámbitos de la operación. Hotel Representatives es una consultora con oficinas en España, Brasil, Inglaterra, Colombia y Dubái, especializada, entre otras actividades, en la generación de información mediante modelos de Big Data. En esta área ofrecen el monitoreo de veintepaíses mediante el seguimiento de 1.500 agentes turísticos y más 1.000 perfiles de redes.



*"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 os Commercial | European Markets**

---

Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN ESTRUCTURA

- Diseño organizacional: Posibilitan a las empresas alinear con sus valores y las nuevas necesidades de los turistas. Estos diseños deben permitirles aprovechar sus competencias, utilizando su creatividad y capacidades. El restaurante Casa Marcelo, de Santiago de Compostela, ha desarrollado un modelo organizacional basado en la creación de un equipo exclusivamente formado por chefs.



---

# CONFIGURACIÓN- PROCESOS

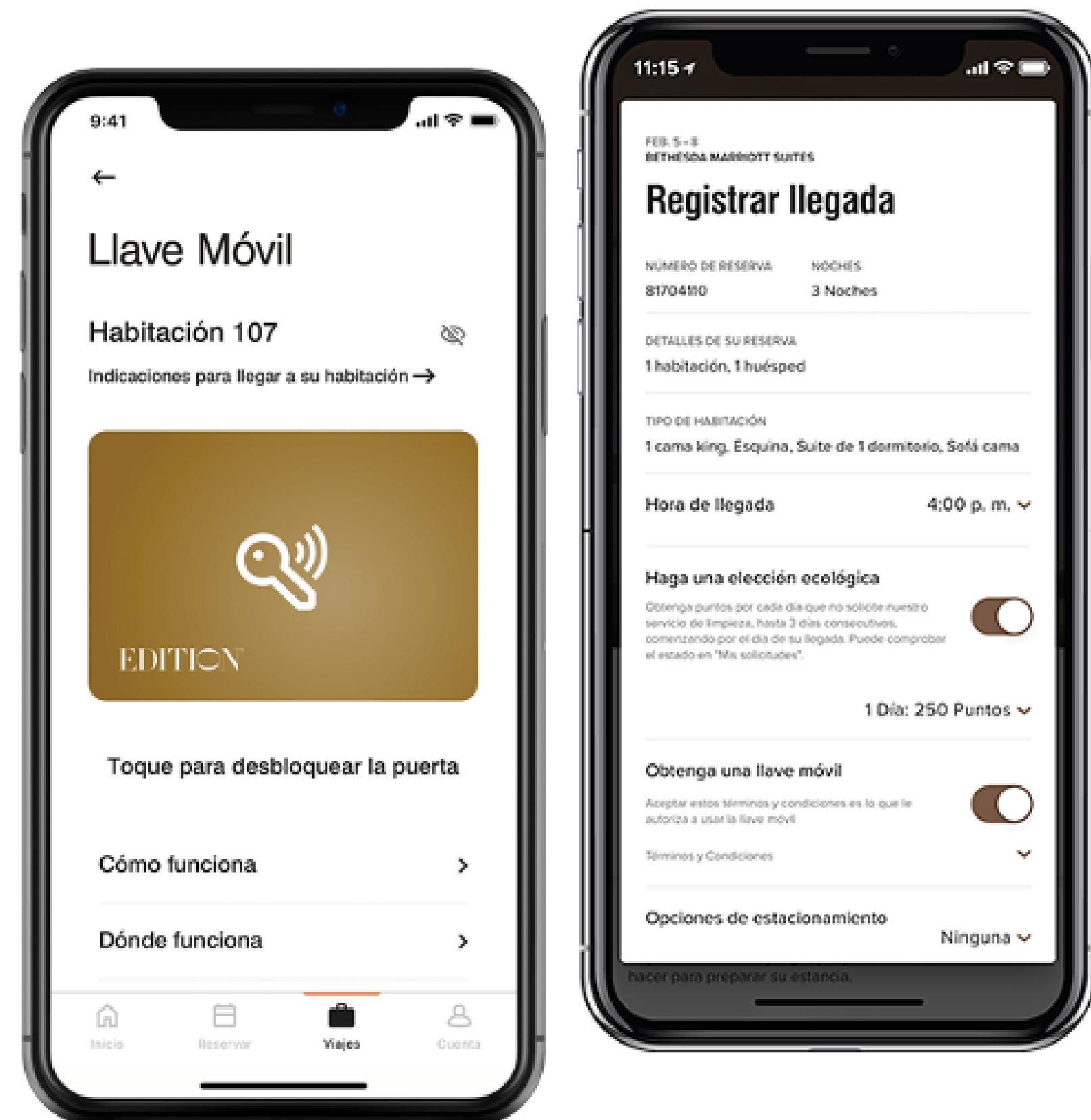
”

*“Las innovaciones de proceso involucran las actividades y operaciones que producen las ofertas principales de una empresa. Innovar aquí requiere un cambio drástico del “negocio como siempre” que permite a la empresa utilizar capacidades únicas, funcionar de manera eficiente, adaptarse rápidamente y generar márgenes líderes en el mercado. Las innovaciones de procesos a menudo forman la competencia central de una empresa y pueden incluir enfoques patentados o propietarios que brindan ventajas durante años o incluso décadas. Idealmente, son la “salsa especial” que usa que los competidores simplemente no pueden replicar ”.*

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROCESOS

- Automatización de procesos: Utilizando la tecnología y todas las herramientas disponibles para liberar a los colaboradores de ciertas actividades y prestando un servicio que agregue valor. La cadena hotelera Marriott, cuenta con la app de Marriott Bonvoy, donde los huéspedes, pueden hacer su proceso de check in desde su celular, donde reciben la notificación de room ready y su llave móvil, con lo cual ya no es necesario pasar a la recepción y hacer el proceso, así mismo durante sus estancias pueden solicitar amenidades o servicios; y realizar su check out de manera autónoma en su app.



---

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN PROCESOS

- Estandarización de procesos: la elaboración por parte de las empresas de procedimientos estandarizados de operación, así como la definición de políticas generales, permite reducir la complejidad y los costes, y evita que se cometan errores, ayudando a que el servicio prestado sea de mayor calidad.
- La Secretaría de Turismo de México diseñó hace algunos años un modelo en busca de la mejora de la competitividad y la potenciación de la calidad, basada en dos distintivos conocidos como H (Higiene) y M (Programa moderniza).





# Coffee break

Un buen café también es parte de la experiencia

---

# OFERTA- CONFIGURACIÓN DE PRODUCTO

”

*“Las innovaciones en el rendimiento del producto abordan el valor, las características y la calidad de la oferta de una empresa. Este tipo de innovación involucra tanto productos completamente nuevos como actualizaciones y extensiones de línea que agregan un valor sustancial. Con demasiada frecuencia, la gente confunde el rendimiento del producto con la suma de la innovación. Las innovaciones en el rendimiento del producto que brindan una ventaja competitiva a largo plazo son la excepción y no la regla ”.*

---

## Ejemplo

### TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO

- Personalización: la aplicación de esta técnica consiste en realizar modificaciones del producto o servicio para lograr adaptarlo a los requerimientos, gustos y preferencias de un cliente en particular. La agencia de viajes española Pangea ha definido su modelo de negocio mediante la personalización de los viajes de sus clientes. Un grupo de asesores acompaña al cliente en el proceso de creación de su propia experiencia de viaje basada en sus intereses, gustos y preferencias.



---

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO

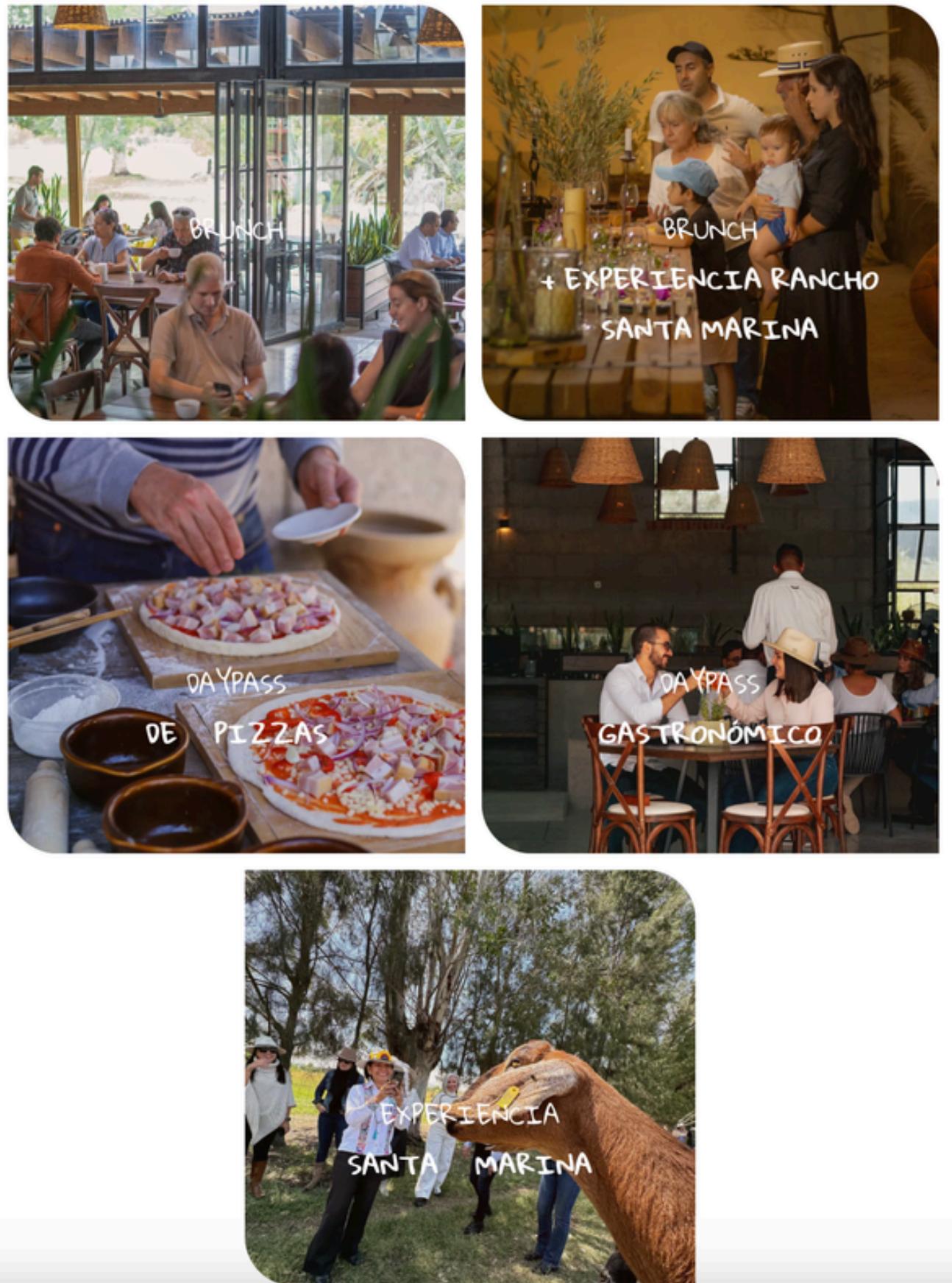
- Facilitar el uso: lograr que el uso y disfrute del producto o servicio turístico sea más sencillo debe ser siempre un objetivo en el desarrollo de innovaciones. Cadenas hoteleras como Marriott o Wynn han implantado en sus hoteles altavoces Amazon Alexa Echo, con el objetivo de que quienes se alojan puedan personalizar su experiencia en la habitación, simplificando procesos de interrelación con el hotel tales como la solicitud de toallas o la realización de una reserva para algún servicio (restaurante, spa, etc.)



Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO

- Funcionalidad atractiva: mediante la modificación de algún atributo, característica o acción en el servicio turístico, puede ofrecérsele a los clientes algún componente experiencial que aumente su interacción con él. Un ejemplo es Rancho Santa Marina es una quesería artesanal situada en el municipio de El Marqués en Querétaro (México). La Experiencia Santa Marina, uno de los productos turísticos ofrecidos por la quesería.



---

# OFERTA- SISTEMAS DE PRODUCTO

”

*“Las innovaciones del sistema de productos se basan en cómo los productos y servicios individuales se conectan o combinan para crear un sistema robusto y escalable. Esto se fomenta mediante la interoperabilidad, la modularidad, la integración y otras formas de crear conexiones valiosas entre ofertas distintas y dispares. Las innovaciones del sistema de productos le ayudan a crear ecosistemas que cautivan y deleitan a los clientes y se defienden de la competencia .”*

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCTO

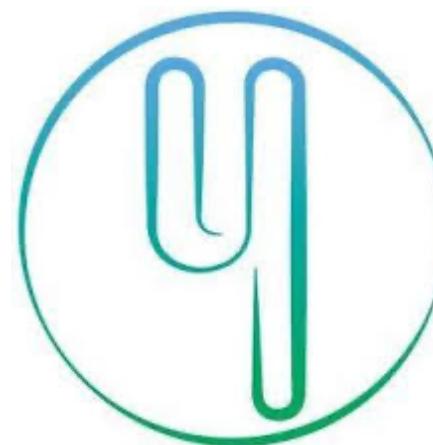
Complementos: la utilización de esta técnica supone la venta de productos adicionales relacionados con el consumo inicial, que complementan y mejoran la experiencia de la clientela. Un ejemplo es el parques Walt Disney World en Orlando, Florida. El parque presenta su oferta de servicios mediante un sistema modular, comenzando por la compra de las entradas de acceso, a la que se le pueden ir añadiendo distintos complementos como: pases VIP, comidas en los restaurantes de los parques, álbum de fotos y una amplia oferta de alojamientos en los distintos hoteles del complejo, estando todos los servicios adquiridos controlados y gestionados mediante la Magic Band (pulsera con una tecnología que permite registrar y controlar accesos y pagos en los establecimientos de Disney), lo que permite mejorar la experiencia de la clientela.



## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCTO

- Plataformas de productos y servicios: hoy en día, debido a la importancia en el desarrollo de modelos de comercialización de productos y experiencias turísticas en internet, la creación de sistemas que conecten productos y servicios de distintas empresas dentro de un destino se convierte en una excelente opción para la creación de una oferta integral. Yugen Earthside es una plataforma norteamericana formada por un equipo de profesionales del turismo apasionados por los viajes y la sostenibilidad. En esta plataforma, eligiendo un determinado destino, el turista puede identificar diferentes alternativas y complementos para el viaje que pretende realizar



The Galapagos Islands  
Scuba 'Dive & Stay'  
Package - Galapagos  
Islands

From \$1,940 pp

7 DAYS SELF-GUIDED



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

From \$2,725 pp

15 DAYS SELF-GUIDED



Costa Rica  
Sustainable Essence of  
Costa Rica

From \$1,600 pp

13 DAYS SELF-GUIDED



Costa Rica  
Immersive Costa Rica  
Family Adventure

From \$1,760 pp

10 DAYS SELF-GUIDED

---

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN DE SISTEMAS DE PRODUCTO

- Agrupación de productos: otra técnica para la generación de sistemas producto consiste en la agrupación de productos y servicios turísticos para la venta de modo combinado. Es lo que se conoce como paquetización. Enrique López, sumiller español, ha desarrollado una experiencia turística basada en dos de sus pasiones, el Camino de Santiago y el vino, bajo el nombre de CAVINO. La experiencia, desarrollada en seis etapas, va desde Logroño hasta Santiago de Compostela y consiste en el descubrimiento del Camino de Santiago a través de sus vinos.



---

# EXPERIENCIA- SERVICIO

”

*“Las innovaciones en el servicio garantizan y mejoran la utilidad, el rendimiento y el valor aparente de una oferta. Hacen que un producto sea más fácil de probar, usar y disfrutar; revelan características y funcionalidades que los clientes de otro modo podrían pasar por alto; y solucionan problemas y suavizan los momentos difíciles en el recorrido del cliente. Si se hacen bien, elevan incluso los productos insípidos y medios a experiencias atractivas que los clientes buscan una y otra vez.”*

---

Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN EL SERVICIO

- Programas de lealtad: consiste en diseñar un modelo de reconocimiento destinado a premiar a los clientes recurrentes de alto valor, mediante el otorgamiento de descuentos u otros beneficios, un ejemplos lo encontramos en las compañías aéreas. Es el caso de la compañía española IBERIA y su programa Iberia Plus. Este programa, basado en la concesión de una tarjeta de fidelización al cliente, con diversas categorías en función de su nivel de consumo, permite acumular Avios canjeables por vuelos y otros productos y servicios, turísticos o no.



### PUNTOS ELITE

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

1€ = 1OE

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

10P = 1OE

---

Exemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN SERVIZO

- Programas de fidelización: Trátase de deseñar un modelo de recoñecemento para recompensar os clientes habituais e de alto valor ofrecendo descontos 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€ = 1

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

10 = 1

---

Ejemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN EL SERVICIO

- Autoservicio: proporcionar a los usuarios control sobre una actividades que de otro modo requerirían de un intermediario para ser completadas. La modalidad buffet implantada en muchos restaurantes supuso, en su momento, una innovación de esta categoría.



---

Exemplo

## TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN SERVIZO

- Autoservizo: proporcionar aos usuarios control sobre actividades que doutro xeito requirirían un intermediario para seren realizadas. O modelo de bufé implementado en moitos restaurantes foi, naquel momento, unha innovación desta categoría.

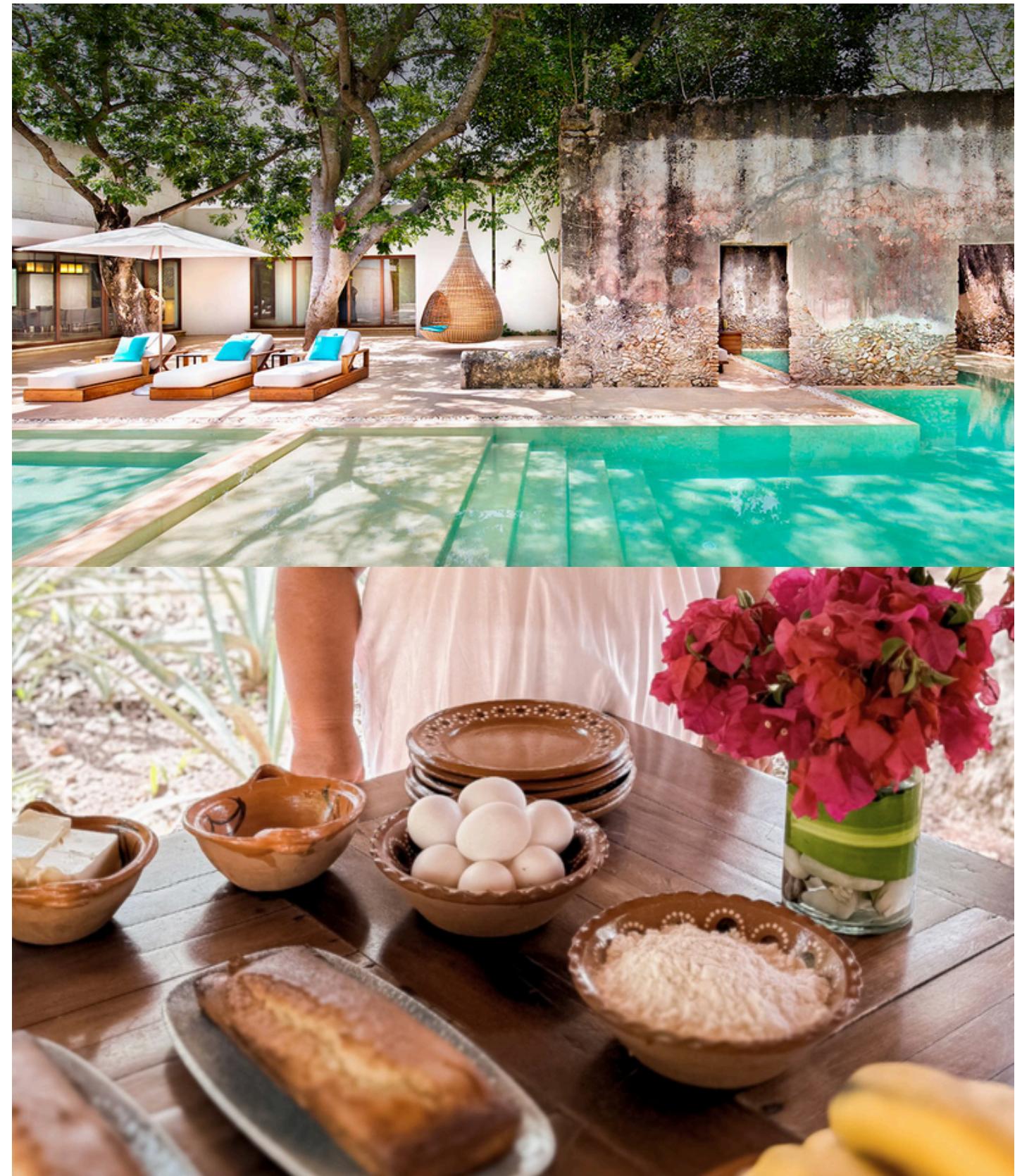


## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN EL SERVICIO

- Servicio superior: la aplicación de esta técnica debe llevar a la empresa a ofrecer al cliente un servicio de mejor calidad que proporcione una experiencia de mayor valor que la ofrecida por la competencia.

Chablé Resort & Spa, situado en el estado de Yucatán, ganó el Premio Prix Versailles como Mejor Hotel del Mundo en el año 2017. El hotel Chablé se destaca, sobre todo, por su excelente servicio, que comienza con la recepción en el aeropuerto y se extiende en cada una de las interacciones que las personas alojadas tienen con los colaboradores del hotel, incluyendo su magnífico restaurante IX'IM (propuesta del chef Jorge Vallejo, propietario de Quintonil en Ciudad de México, restaurante situado en la posición número 27 de la lista The World's 50 Best Restaurants de San Pellegrino<sup>53</sup>)



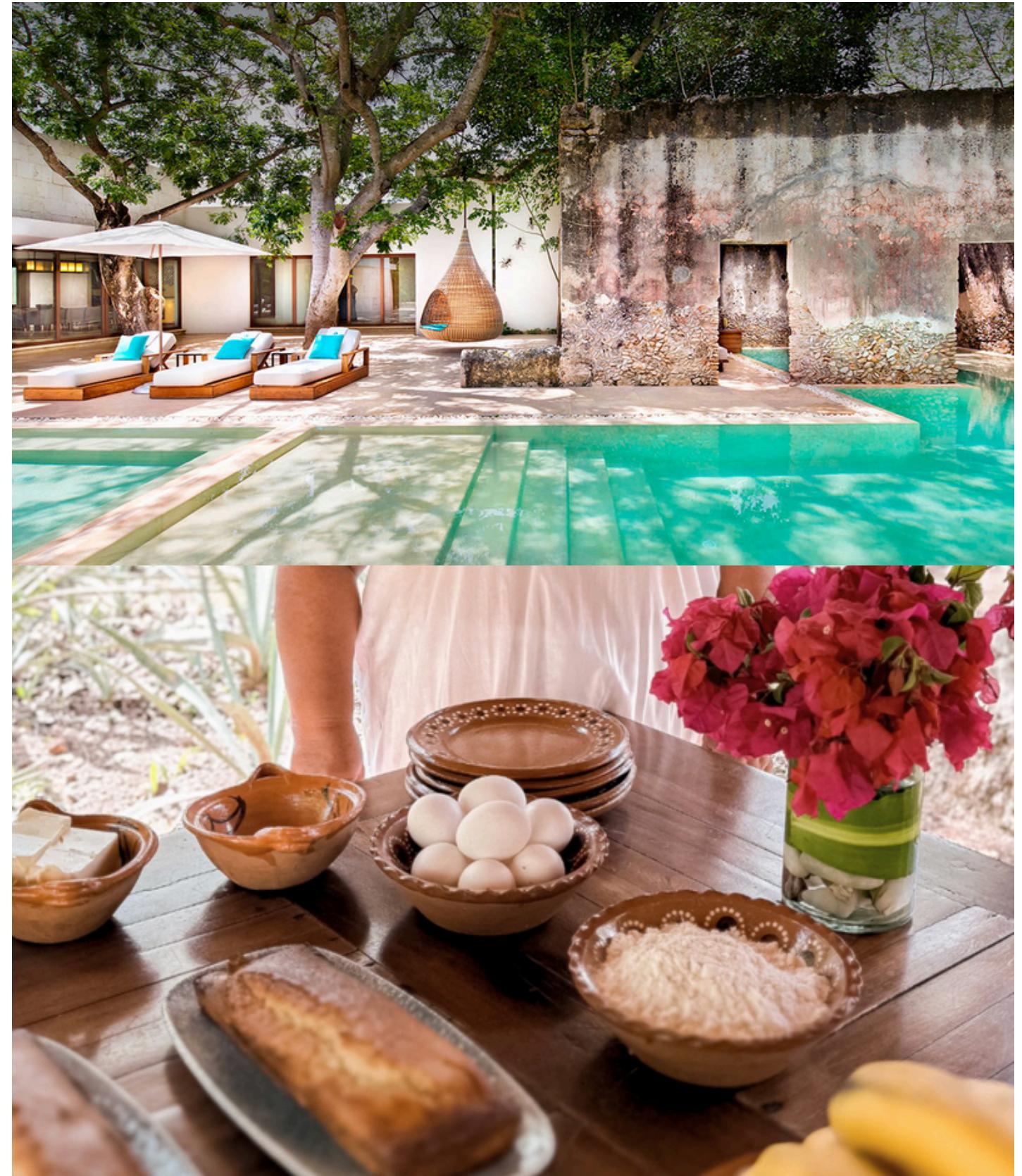
---

## 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 na Cidade de México, un restaurante clasificado no posto número 27 na lista The World's 50 Best Restaurants de San Pellegrino53).



---

# EXPERIENCIA- CANAL

”

*“Las innovaciones de canal abarcan todas las formas en que conecta las ofertas de su empresa con sus clientes y usuarios. Los innovadores expertos en este tipo a menudo encuentran formas múltiples pero complementarias de llevar sus productos y servicios a los clientes. Su objetivo es garantizar que los usuarios puedan comprar lo que quieran, cuándo y cómo lo quieran, con un mínimo de fricción y costo y con el máximo placer.”*

---

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN CANAL

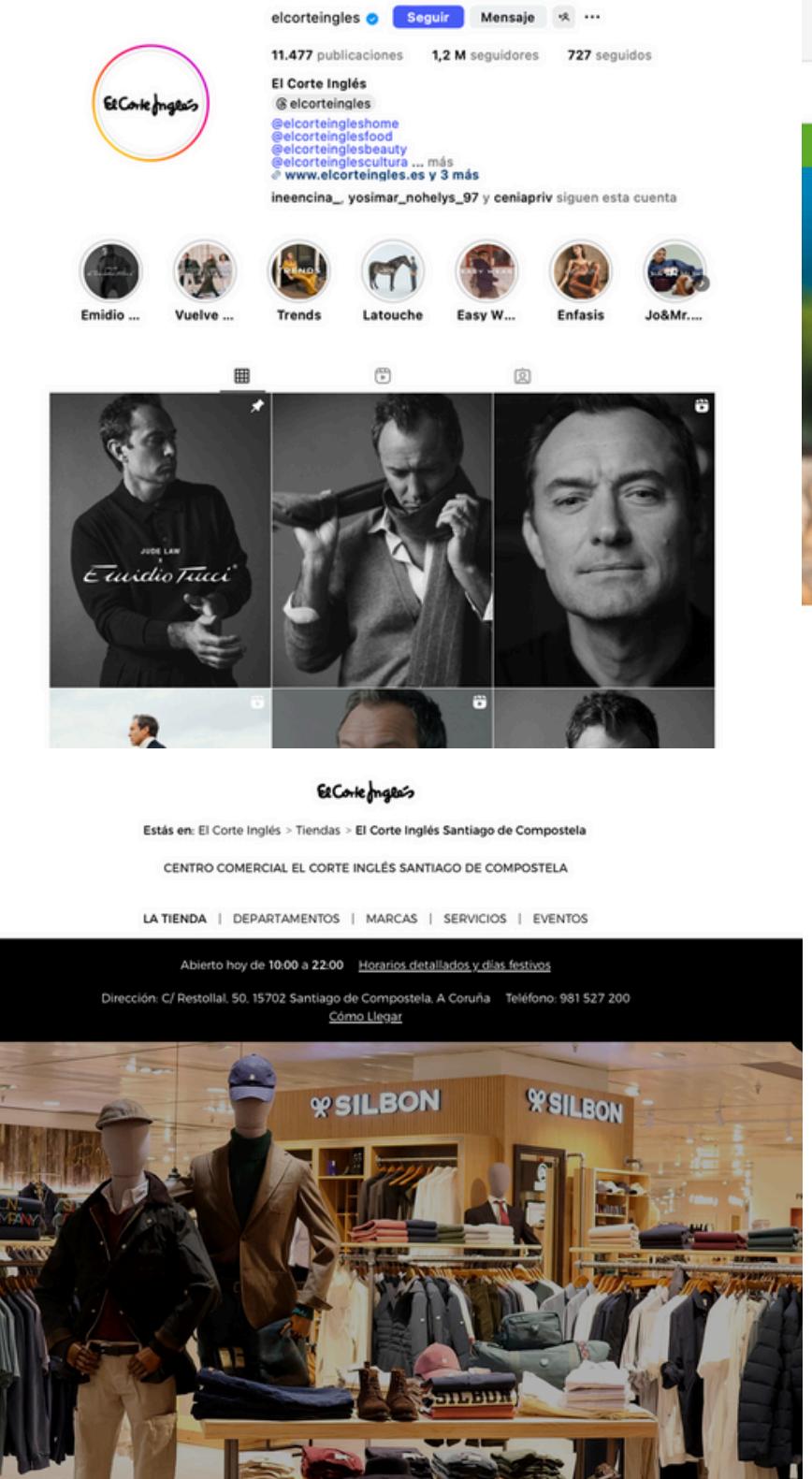
- Venta cruzada: para utilizar esta técnica la empresa debe identificar los lugares donde las y los turistas demandan información, para poder ofrecerla en dichos puntos e incluso llegar a formalizar acuerdos de venta. Una actividad imperdible viajando a Quito (Ecuador) es la visita a la conocida como Mitad del Mundo. En la conserjería del Hotel Hilton Colón de Quito, como en muchos otros hoteles de la ciudad, se ofrece un tour para realizar la visita a la Mitad del Mundo. Los turóperadores que ofrecen el recorrido utilizan los hoteles como canales de comunicación y venta de sus servicios, por ser sus conserjes unos de los más comunes informadores turísticos en el destino.



## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN CANAL

• Diversificación de canales: la aplicación de esta técnica se basa en la expansión hacia nuevos y diferentes canales de comunicación y venta. Esta expansión se sustenta en un modelo integrado que permite al turista la conexión con la empresa por diversas vías. La estrategia de omnicanalidad de Viajes El Corte Inglés se ha basado en el análisis del comportamiento de compra de los clientes actuales, donde se producen innumerables cruces de canales, como publicaciones en redes sociales provenientes de Viajes El Corte Inglés u otros emisores, anuncios tradicionales en radio, televisión o prensa, etc



OPERADORES, EMPRESAS  
Grupo Viajes El Corte Inglés lanza para la red de agencias de Traveltool la conexión directa para reservar viajes a Disneyland París  
POR GACETA DEL TURISMO  
29 MAYO 2025



Grupo Viajes el Corte Inglés, de la mano de Disneyland París, ha llegado a un acuerdo para la comercialización del producto de Disneyland París, a través de la plataforma Smytravel, para las agencias adscritas al grupo de gestión Traveltool en España.

A partir de ahora, estas agencias podrán ofrecer paquetes completos a este destino a través de la herramienta Smytravel. Gracias a la tecnología existente en el grupo, se podrá acceder al inventario de disponibilidad de los hoteles de Disneyland París, en tiempo real, con todo el portfolio de opciones mágicas disponible y con todas las ventajas de una gestión postventa flexible.

Este acuerdo es el punto de partida del proyecto conjunto entre ambas empresas, que no sólo ha integrado el producto a nivel tecnológico, sino también un programa de formación continua de los agentes, con el objetivo de contar con los mejores especialistas en el producto de Disneyland París.

Además, contarán con el apoyo de un equipo de expertos tanto en producto como en operaciones para asegurar la mejor experiencia con el cliente final.

Con este hito, ve la luz un proyecto estratégico para ambas compañías.

---

# EXPERIENCIA- MARCA

”

*“Las innovaciones de marca ayudan a garantizar que los clientes y usuarios reconozcan, recuerden y prefieran sus ofertas a las de sus competidores o sustitutos. Los grandes destilan una "promesa" que atrae compradores y transmite una identidad distinta. Por lo general, son el resultado de estrategias cuidadosamente diseñadas que se implementan en muchos puntos de contacto entre su empresa y sus clientes, incluidas las comunicaciones, la publicidad, las interacciones de servicio, los entornos de canal y la conducta de los empleados y socios comerciales. Las innovaciones de marca pueden transformar los productos básicos en productospreciados y conferir significado, intención y valor a sus ofertas y su empresa.”*

---

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN MARCA

- Certificación: El Instituto de Calidad Turística de España (ICTE), otorga una certificación a empresas que cumplen con los criterios de implantación del modelo de calidad turística de su sector, concediéndoles el distintivo “Q” de Calidad Turística. Esta certificación “Q” se convierte en un indicador de calidad que permite diferenciar a las empresas certificadas del resto de competidores, ofreciendo una promesa de servicio superior.



C A L I D A D T U R I S T I C A



## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN EN MARCA

- Alineación de valores: mediante esta herramienta, la empresa busca asociar la marca con una idea relevante o un conjunto de valores expresados de modo coherente y relacionados con su actividad. En el año 2014 la ciudad de Copenhague consigue la distinción de Ciudad Verde Europea, galardón que vino a premiar los esfuerzos realizados por la ciudad para poder ser considerada como “amiga del medioambiente” Tanto Dinamarca como la ciudad de Copenhague llevan décadas trabajando para convertirse en referentes en la defensa del medioambiente, en la eficiencia y en la sostenibilidad



---

# EXPERIENCIA- VINCULADAS CON LA CLIENTELA

“

*“Estas innovaciones tienen que ver con comprender las aspiraciones profundamente arraigadas de los clientes y usuarios, y utilizar esos conocimientos para desarrollar conexiones significativas entre ellos y su empresa. Las grandes innovaciones en la participación del cliente brindan amplias vías de exploración y ayudan a las personas a encontrar formas de hacer que partes de sus vidas sean más memorables, satisfactorias, placenteras e incluso mágicas.”*

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN VINCULADAS CON LA CLIENTELA

•Comunidad y pertenencia: las empresas o destinos pueden crear comunidades que generen conexiones entre turistas con intereses comunes, permitiéndoles sentirse parte de un grupo en movimiento. La empresa española Barrabés explora las características de las personas que practican deportes de montaña, con ello ha desarrollado, desde ya hace tiempo una comunidad de clientes en la que empresa y miembros de la red comparten información relativa a la práctica de deportes de montaña. La comunidad nace de la creación de un blog por parte de la empresa, en el que se generan contenidos de interés para la comunidad.



## Blog de montaña

Buscar en el blog

Portada   Noticias   Consejos   Reportajes

### Reportajes 144 artículos



#### Reportajes

Mont Blanc, 4808m. 4 rutas hacia la cima de los Alpes. Guía de ascensiones

En este artículo explicamos 4 rutas hasta la cima del Mont Blanc: Goûter, la Vía del Papa, la...



#### Reportajes

José Mijares, Besser y Tokeley, 1ª travesía del glaciar y laguna Greve, Patagonia

Una vez más, José Mijares y Pablo Besser, en Patagonia, se adentran en lo desconocido. Co...



#### Reportajes

Las Feixas. Gran travesía circular de 9 días en el corazón de los Pirineos

Parque Nacional de Ordesa, Parc National des Pyrénées, Parque Posets-Maladeta, 8 grandes...



#### Reportajes

Torales, Mulero y Martín, crónica escalada Filo Sureste, Cerro Torre

Hace 3 semanas informamos de la escalada al Filo Sureste del Cerro Torre que habían...



#### Reportajes

Trekking del Khanchenjunga. Los Cinco Tesoros de las Nieves

El Khanchenjunga, 3ª montaña más alta del planeta, está situado en mitad de una remota zona qu...



#### Reportajes

Bhagirathi III. Crónica de la expedición. Stairway to Heaven

El pasado mes de septiembre, Mikel Sáez de Urabayen, José María Andrés de la Torre, Alex...



#### Reportajes

Valle de Benasque: la pasión por el Drytooling

Poco a poco el valle de Benasque se ha convertido en una referencia para el drytooling, co...



#### Reportajes

Alpinismo hospitalario. La histórica travesía circular entre Aran, Benasque y Luchon

Circular entre los valles de Aran, Benasque y Luchon por sus altos pasos de uso milenario, sus...

## Ejemplo

# TÉCNICAS DE INNOVACIÓN VINCULADAS CON LA CLIENTELA

- Estado y reconocimiento: la utilización de esta herramienta supone que la empresa debe ofrecer señales que tengan significado para el turista y le permitan a él y a quienes interactúan desarrollar aspectos relacionados con su identidad. El Centro de Iniciativas y Turismo de las Comarcas del Sur de Tenerife, en España, otorga dos veces al año reconocimientos a turistas que, de un modo reiterado durante muchos años, vistan la isla. Mediante este reconocimiento se pretende agradecer la fidelidad de estos turistas que han escogido la isla como su destino habitual de vacaciones

06 MAR

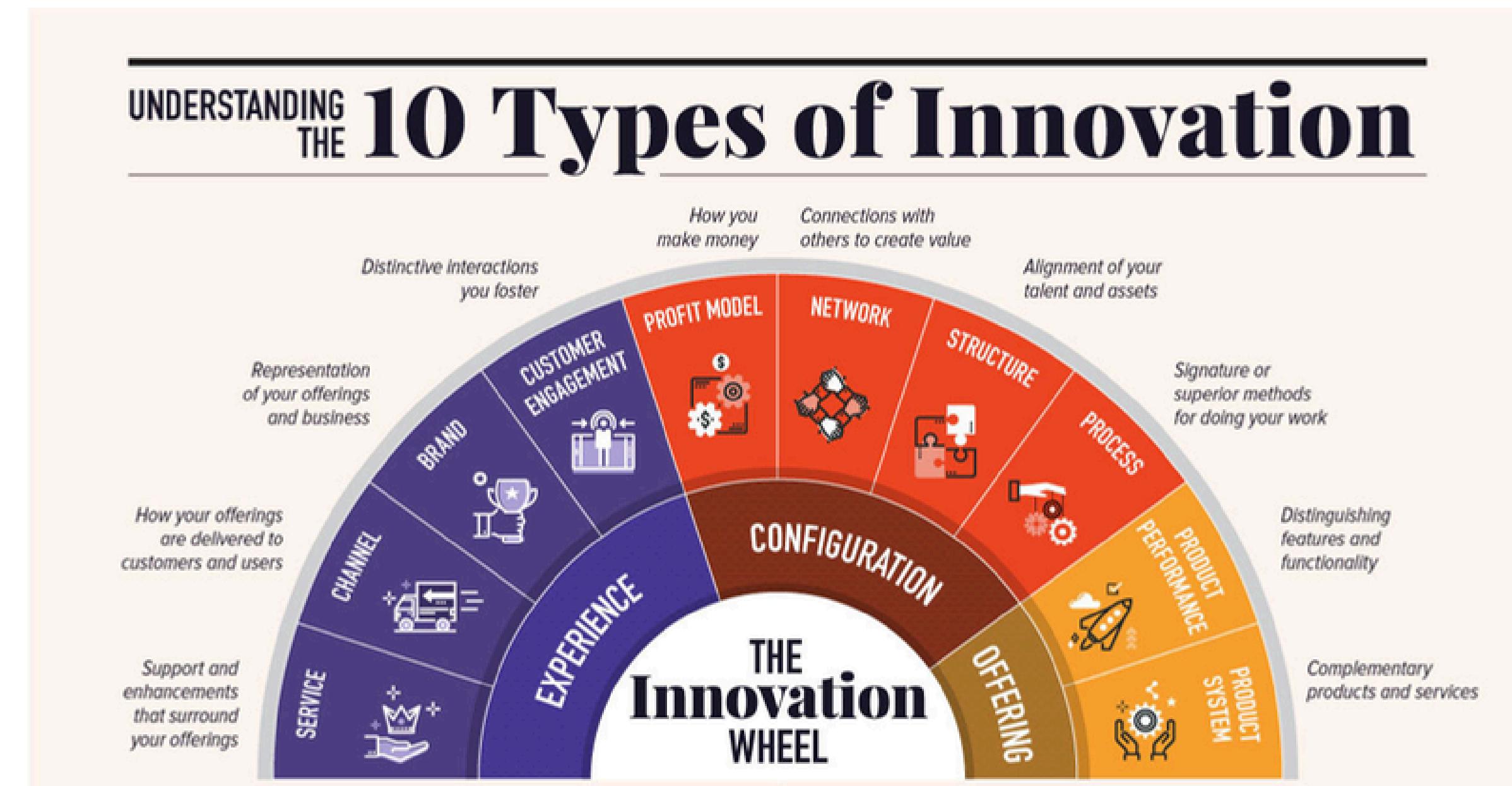
Más de 50 turistas han recibido en Arona el reconocimiento a clientes fieles del CIT Sur

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



Ejemplo

# 10 TIPOS DE INNOVACIÓN





# CreaciónExperiencias



[www.anllons2.creacionexperiencias.com](http://www.anllons2.creacionexperiencias.com)



[gestionproyectos@anllons2.creacionexperiencias.com](mailto:gestionproyectos@anllons2.creacionexperiencias.com)



Tel: +34 625 54 77 48