

eurecat

Centre Tecnològic de Catalunya



Una dècada d'innovacions en turisme

Informes del LAB IIT 2/2024



Patronat de Turisme



Diputació Tarragona

Avenços i adaptacions de l'activitat turística en un context de canvi

La darrera dècada ha estat marcada per fenòmens de gran intensitat: una nova manera de desplaçar-nos pel món, l'increment de la sensibilització al canvi climàtic i la conscienciació vers un escenari d'emergència climàtica, l'aparició d'innovacions tecnològiques revulsives com la intel·ligència artificial generativa amb efectes en tots els àmbits digitals, entre altres. Tampoc ens podem oblidar de la pandèmia de la Covid que va posar en evidència la necessitat d'adaptabilitat de l'activitat i que va forçar una acceleració de tots aquests processos ja emergents.

Per tant, l'activitat turística, com una de les principals activitats econòmiques a diferents escales geogràfiques, s'ha vist directament influenciada per tots aquests canvis. Les dinàmiques globals han mostrat, d'altra banda, un sistema cada vegada més interconnectat, on qualsevol canvi o disrupció ha impactat a tota la cadena de valor del turisme.

Aquesta realitat en transformació exigeix una reflexió profunda i una capacitat d'adaptació constant per a fer front als reptes plantejats i garantir així la resiliència i la competitivitat de l'activitat amb la col·laboració de tots els actors. Els canvis incideixen en tots els nivells. Des de qüestions àmplies i transversals com poden ser la sostenibilitat o la innovació a aspectes més concrets de gestió i organització vinculats amb la governança turística.



Contextualització

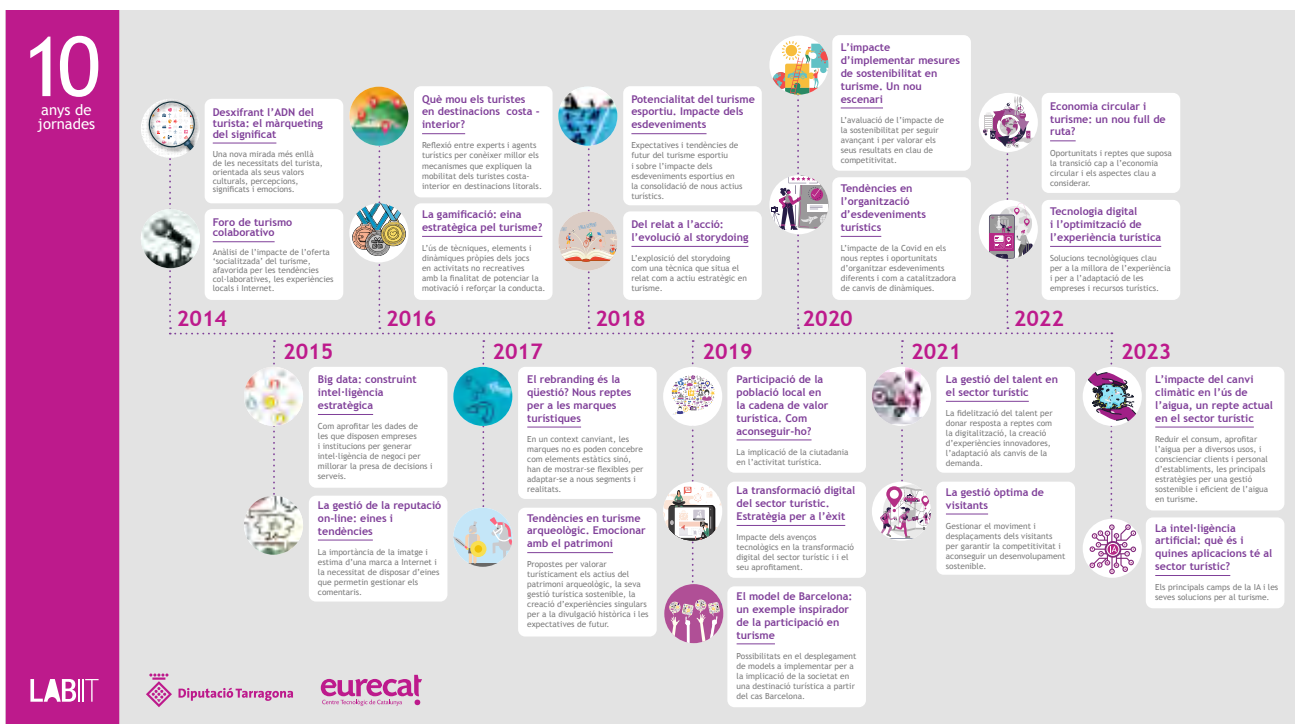
En la darrera dècada s'han produït avenços progressius en aspectes com la governança, la innovació i sostenibilitat en l'àmbit turístic. Aquesta dinàmica respon a un escenari cada vegada més complex, globalitzat i tecnològic.

Aquests avenços s'han posat de manifest en les jornades de transferència de coneixement organitzades durant els ja deu anys d'existència del Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística (LAB-IIT). Les temàtiques que s'hi han treballat, generant debat i reflexió, són una mostra de quin camí ha anat seguint el turisme i com s'ha adaptat als fenòmens de canvi esmentats.

Així, per exemple, mentre que al 2014 es parlava del turisme col·laboratiu, entès com una nova forma de consum basada en compartir béns i serveis entre iguals (peer to peer), l'any 2019 es reflexionava sobre com la població local pot participar a la cadena de valor, és a dir, com implicar a la ciutadania en l'activitat turística.

També en aquest període de temps les innovacions, especialment amb un component tecnològic i digital, han estat intenses: des del fenomen que va suposar el Big Data, que segueix patent avui dia; a la Intel·ligència artificial passant per la gestió de la reputació on-line; l'ús de la gamificació per potenciar la motivació i reforçar conductes de la demanda; o les solucions tecnològiques com la realitat virtual o la intel·ligència turística per a la millora i optimització de les experiències turístiques. Tot aquest ventall de noves tecnologies ha provocat, de fet, la transformació del turisme en una Indústria 4.0, que tal com definia Klaus Schwab en el marc del Fòrum Econòmic Mundial de 2016, ve marcada pels avenços tecnològics emergents actuals. De fet, l'actual és una nova era que es caracteritza per l'automatització i l'intercanvi de dades.

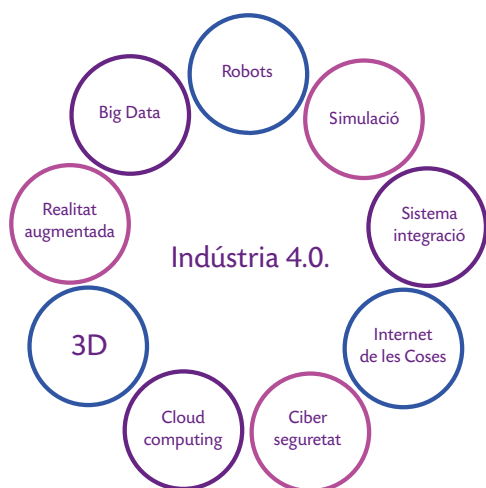
Línia del temps – Jornades LABIIT



“

El ventall de noves tecnologies ha provocat, de fet, la transformació del turisme en una Indústria 4.0. [...] L'actual és una nova era que es caracteritza per l'automatització i l'intercanvi de dades.

Gràfic 1.
Indústria 4.0



Font: <https://fca-consulting.es/wp-content/uploads/2018/02/industria-4.0.1.jpg>

Tal com s'ha indicat a l'inici, un punt d'inflexió fonamental en aquest període va ser l'aturada forçada que va patir l'activitat, no només la turística si no en general, per causa de la pandèmia. En aquest mateix context és igualment rellevant com es va fer front a l'escenari post-COVID_19. En una situació, l'actual de 2025, on es recuperen nivells similars d'activitat als previs a la pandèmia,

i en alguns casos fins i tot es superen, la reacció al COVID-19 ha posat en valor la capacitat del turisme de sortir-se'n i recuperar-se, presumiblement per ser un sector fort, consolidat i resiliència que destaca per una intensa capacitat de penetració entre la població i per les seves relacions internes entre múltiples agents, així com amb d'altres sectors.

Gràfic 2.
Indústria 4.0

Competència	Aprenentatge	Adaptabilitat	Rendibilitat
Capacitat de recerca i anàlisi de dades	Cooperació	Procés de gestió	Benchmarking

Font: Hall, C. M., Prayag, G., i Amore, A. (2018). Tourism and resilience : individual, organisational and destination perspectives. Blue Ridge Summit : Channel View Publications. Recuperat de [http://cataleg.urv.cat/record=b1523887~\\$13*cat](http://cataleg.urv.cat/record=b1523887~$13*cat)

Atès que les adversitats poden reproduir-se en el temps i que sembla que cada vegada poden ser més freqüents en un context globalitzat, la indústria turística ha d'estar preparada per a ser exposada, constantment, a escenaris desafiants i en els quals el canvi i l'adaptació és una condició permanent. A un altre nivell, dinàmiques com la prèviament viscuda amb la crisi econòmica i financera de l'any 2008 i altres situacions complexes que ha viscut l'activitat en regions particulars del món, fan encara més necessari el convenciment que ha de tenir el turisme d'haver de tenir capacitat d'adaptar-se a situacions imprevisibles i canviants.

“

Les adversitats poden reproduir-se en el temps i sembla que cada vegada poden ser més freqüents en un context globalitzat.

Un dels escenaris més desafiants i preocupants actualment és l'emergència climàtica. Tant el ritme de l'escalfament global com l'increment evidenciat dels extrems climàtics vinculats amb la calor són manifestacions plausibles del canvi climàtic que tenen conseqüències per als ecosistemes naturals, però també per a les activitats socioeconòmiques, com el turisme.

Per tal de fer front a aquest repte és convenient conèixer de quina manera les destinacions o organitzacions es veuen afectades per tal d'actuar i adaptar-se a aquesta nova realitat.

En aquest sentit, l'any 2020 i en plena pandèmia es va començar a reflexionar, en el marc del LAB-IIT, sobre els efectes que podien reportar en l'activitat turística el desplegament de mesures orientades a la sostenibilitat. En els darrers anys han estat aspectes més concrets com l'economia circular, l'escassetat d'aigua o la descarbonització del propi sector els que han estat objecte d'interès.

Precisament, per la importància que l'activitat turística pot tenir en el compliment dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) en la mesura que pot contribuir -directament o indirectament- a tots ells, la Reds (Xarxa Espanyola de Desenvolupament Sostenible) va publicar l'any 2019 la “**Guia per un turisme sostenible**”. Val a dir que l'Organització de Nacions Unides, que supervisa el compliment dels ODS a nivell mundial va constatar en l'**informe de 2024**, que cap dels

Objectius està en vies d'aconseguir-se pel 2030 i s'estima que només el 16 % de les fites dels ODS estan avançant favorablement.

Pel que fa al cas concret de l'Estat Espanyol, cal destacar la seva evolució. Mentre que a l'any 2016 ocupava la 30a posició entre 167 països participants que s'analitzen per identificar els avenços, aquest 2024 s'ha situat en 14a posició. No obstant això, Espanya encara presenta grans reptes en objectius concrets, principalment en el 13, de lluita contra el canvi climàtic; el 17, d'aliances per aconseguir els objectius; i al 2, sobre fam zero. També s'identifiquen limitacions amb l'ODS 12 de consum responsable i l'ODS 14 de vida submarina. Per contra, l'ODS que s'ha assolit, en tots els seus indicadors, és l'ODS 5 d'igualtat de gènere.

En conclusió, el desenvolupament sostenible continua sent un repte a llarg termini, que convé accelerar i que, per tal d'avançar-hi, convé treballar per a reformular l'estructura financera mundial actual i fomentar una cooperació global.

[🔗 Guia per un turisme sostenible](#)

[🔗 informe de 2024](#)

Gràfic 3.
Indústria 4.0



Font: Sustainable Development Solutions network. Sustainable development report 2024. Recuperat de <https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2024/sustainable-development-report-2024.pdf>

“

El desenvolupament sostenible continua sent un repte a llarg termini, que per tal d'avançar-hi convé treballar per a reformular l'estructura financera actual i fomentar una cooperació global.

De fet, no només l'Agenda 2030 i la sostenibilitat empeny les destinacions a replantejar les seves estratègies, tant pel que fa a la planificació com al màrqueting o, fins i tot, a repensar els seus models de governança sinó també ho impulsa la innovació tecnològica, la disrupció dels mercats, la responsabilitat social, la globalització de l'economia, l'agilitat i la flexibilitat, la gestió integral i, ara també, la situació de crisi que es viu en els moments actuals.

En aquest sentit, els organismes de màrqueting turístic han anat evolucionant ampliant les seves funcions i avançant en la governança cap a entitats mixtes, en les quals l'administració i les empreses privades treballen conjuntament i de manera alineada. Per aquest motiu, actualment el debat s'ha traslladat a quines han de ser les seves competències i responsabilitats pel que fa al turisme, ja que han anat incorporant, progressivament, noves funcions, així com també, més activitats del sector privat i altres àrees del sector públic. A més, s'han integrat nous agents en la cadena de valor, cada vegada més diversificats i sense presentar una relació directa amb el turisme, com són els intermediaris digitals o proveïdors d'energies renovables.

S'ha evidenciat, doncs, la necessitat d'implementar processos de renovació física i funcional del model de governança per a la

gestió de les destinacions, en els que la creació de relacions estables entre sector privat, públic i població resident resulten fonamentals.

“

S'ha evidenciat la necessitat d'implementar processos de renovació física i funcional del model de governança per a la gestió de les destinacions, en els que la creació de relacions estables entre sector privat, públic i població resident resulten fonamentals.

Cal tenir en compte que una destinació turística és un espai geogràfic que es troba construït socialment. Aquest espai físic té diferents capes. Per una banda, i la més evident, l'espai material, que s'integra amb l'espai simbòlic, i, per l'altra, l'espai amb connotacions socials i amb diferents lògiques de funcionament i interessos des de la dels residents i les empreses i organitzacions que s'hi localitzen a les persones que el visiten.

D'acord amb això, el replantejament de les relacions de governança que s'hi donen implica repensar i aplicar conceptes com governança col·laborativa, governança participativa, xarxes de governança, entre altres, que tenen tots els mateix eix denominador: més interacció entre les parts interessades i menys jerarquia.

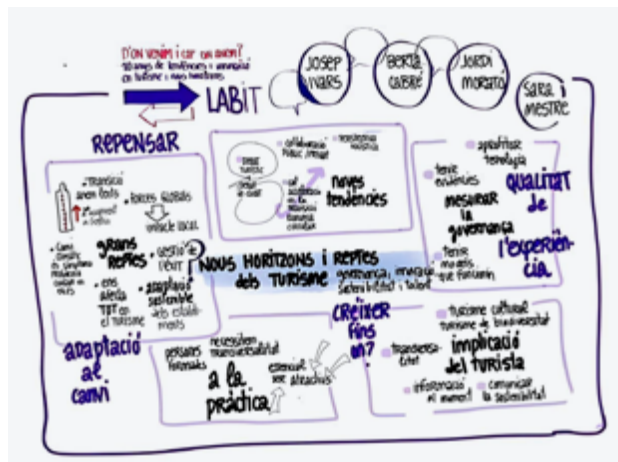
Aquesta és una dinàmica especialment important en destinacions madures, sobretot en aquelles on s'ha experimentat el fenomen de l'overtourism, en les que s'han ampliat els àmbits d'influència dels sistemes de governança

cap a més sectors d'activitat -privats i públics- i, especialment, cap a la comunitat local, que en determinats casos percep l'impacte del turisme com una disminució de la seva qualitat de vida. Així, es torna clau casar la demanda dels visitants amb un model turístic que generi valor a les comunitats locals, contribueixi al seu desenvolupament i creixement i en redueixi l'estacionalitat.

Això ha comportat també que en determinades destinacions en lloc d'utilitzar el concepte de sector turístic s'empri el terme d'economia del visitant, atès que permet ampliar la perspectiva turística tradicional incorporant activitats poc usuals fins ara i no contemplades en turisme.

Gràfic 4.

Conclusions del debat prospectiu "Nous horitzons i reptes del turisme en governança, innovació, sostenibilitat i talent"



Font: Jornada LABIIT d'Innovació Turística de la Costa Daurada – D'on venim i cap on anem? 10 anys de Tendències i innovació en turisme i nous horitzons.

Exemples d'ús de la intel·ligència artificial a la cadena de valor del sector turístic

La governança es pot considerar com l'eix vertebrador que permet implementar tant les polítiques de sostenibilitat com la digitalització en el desplegament estratègic de les organitzacions turístiques.

En un context post-COVID i després que la pandèmia posés de manifest les vulnerabilitats sistèmiques del turisme, l'Organització Mundial del turisme va impulsar la **crida a l'acció de Jeddah** amb la finalitat de promoure un nou sistema de governança i finançament pel turisme que fos més resilient i adaptable als canvis i pogués garantir la sostenibilitat de l'activitat a llarg termini.

En aquest sentit, en els darrers temps s'ha evidenciat una participació cada cop més activa i conjunta d'agents públics, privats i de la societat civil per garantir un desenvolupament sostenible i competitiu, la qual cosa ha donat lloc al concepte de governança col·laborativa. Més concretament, la inclusió del resident local s'ha convertit en un aspecte clau en els processos de presa de decisions.

crida a l'acció de Jeddah

“S'ha evidenciat una participació cada cop més activa i conjunta d'agents públics, privats i de la societat civil per garantir un desenvolupament sostenible i competitiu.

Barcelona, per exemple, compta des del 2016 amb el **Consell de Turisme i Ciutat**. Es tracta d'un òrgan estable de participació ciutadana amb caràcter consultiu i assessor que debat sobre el model de ciutat i quin és el desenvolupament turístic més adequat per la destinació. En formen part representants de diferents àmbits i sensibilitats: sector ciutadà i veïnal; sector turístic empresarial; grups socials i representants de districte; professionals experts; representants tècnics; i, per últim, representants de cada un dels grups municipals.

Per tal de dotar de qualitat el model de governança col·laborativa, han sorgit diverses iniciatives que poden ser d'aplicació. Destacar el TDG Barometer (Tourism Destination Governance Barometer) desenvolupat per experts liderats per Salvador Anton Clavé i Octavi Bono i Gispert. Aquest instrument té com a finalitat facilitar a les destinacions l'avaluació de manera objectiva i estructurada els seus processos de governança, així com identificar punts de millora.

Consell de Turisme i Ciutat.

Gràfic 5.

Dimensions clau de la governança col·laborativa segons el TDG Barometer

Participació	Promoure la implicació activa dels diferents agents en la presa de decisions.
Coherència	Garantir que les estratègies de governança estiguin alineades amb els objectius generals de la destinació.
Obertura	Garantir la transparència i l'accessibilitat de la informació i els processos de gestió.
Eficàcia	Mesurar la capacitat de les destinacions per assolir els objectius establerts.
Responsabilitat	Implantar mecanismes per assegurar la rendició de comptes i la gestió responsable.
Coneixement i qualitat	Utilitzar dades fiables i sistemes d'informació rigorosos per millorar la presa de decisions
Simplicitat	Facilitar la implementació de les polítiques de governança.

Font: Bono, O., Anton, S. i Casadesús, M. (2024, octubre). The TDG Barometer: A Self-Assessment Tool to Integrate Quality in the Measurement of Tourism Destination Governance. International Journal of Tourism Research. Recuperat de https://www.researchgate.net/publication/384814442_The_TD_G_Barometer_A_Self-Assessment_Tool_to_Integrate_Quality_in_the_Measurement_of_Tourism_Destination_Governance

Un altre aspecte clau de l'evolució del turisme, i especialment de la seva governança, és la creixent relació amb la digitalització. Tal com s'ha apuntat anteriorment, actualment ens trobem immersos en l'era del Turisme 4.0 de manera que el propi procés de digitalització ha impulsat la Governança 4.0 i la seva evolució. Inicialment, es basava en la transparència i la informació (Governança 1.0); posteriorment, va incorporar la confiança i la legitimitat (Governança 2.0); després, va afegir la co-creació i la corresponsabilitat entre sectors i agents

(Governança 3.0); fins a arribar a la versió actual, que es fonamenta en la disponibilitat d'eines digitals avançades.

En aquest mateix context, neix el concepte de GovTech. El seu objectiu és optimitzar processos, agilitzar la burocràcia i millorar l'eficiència tant per a la ciutadania com per als treballadors públics, facilitant la gestió de les administracions a escala local, regional, nacional i internacional, així com de les empreses públiques. L'adopció del GovTech en el sector turístic requereix certes adaptacions, però al mateix temps impulsa el desenvolupament de projectes, iniciatives i polítiques que afavoreixen l'evolució del sector. Un dels beneficis més rellevants és la seva contribució a la cadena de valor turística, facilitant la coordinació entre els múltiples actors que hi intervenen i simplificant processos complexos mitjançant solucions digitals.

Aquestes dinàmiques de governança 4.0 i GovTech generen un nou paradigma de gestió turística que s'alinea i s'adequa amb els models de Destinacions Turístiques Intel·ligents i que pretenen promoure les capacitats de la innovació oberta.

La innovació oberta es pot definir com l'ús de fluxos interns i externs de coneixement de manera determinada per accelerar la innovació interna i expandir els mercats per al seu ús extern de la innovació (Chesbrough). En altres paraules, no és més que la col·laboració de diferents organismes, empreses, l'acadèmia i start-ups per promoure la co-creació i l'intercanvi d'idees, la qual cosa permet arribar a solucions més creatives i a compartir coneixements amb altres actors externs a la pròpia organització.

Així, per exemple, mentre que al 2014 es parlava del turisme col·laboratiu, entès com una nova forma de consum basada en compartir béns i serveis entre iguals (peer to peer), l'any 2019 es reflexionava sobre com la població local pot participar a la cadena de valor, és a dir, com implicar a la ciutadania en l'activitat turística.

La sostenibilitat, eix clau

Després de la COVID, la sostenibilitat, i especialment la descarbonització, ha agafat més importància i es posiciona com el camí de futur de l'activitat turística. La sostenibilitat ja no és, per tant, una tendència passatgera sinó una necessitat clau. La sostenibilitat deixa de ser opcional i esdevé fonamental per garantir un creixement sostingut i competitiu. Cal tenir en compte que algunes solucions d'intel·ligència artificial es basen en la combinació de diferents camps de la IA, per exemple una solució pot integrar IA de traducció automàtica (NLP) i IA de discurs a text.

“

La sostenibilitat ja no és una tendència passatgera sinó una necessitat clau

El compromís dels agents turístics amb la sostenibilitat també dona resposta a les demandes canviants dels turistes, els quals cada vegada són més conscients dels seus impactes. Ara bé, tot i que sembla ser un element que comença a agafar importància encara no es tracta d'una consideració fonamental a l'hora de planificar o reservar els viatges degut, en part, per aquells reptes que obstaculitzen la presa de decisions més sostenibles.

“

Aquest compromís dels agents turístics amb la sostenibilitat també dona resposta a les demandes canviants dels turistes, els quals cada vegada són més conscients dels seus impactes.

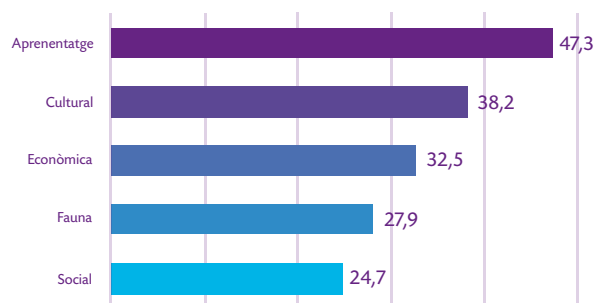
De fet, els tres principals motius que s'apunten per no fer un viatge sostenible són la inexistència d'un concepte clar, la dubtosa autenticitat de productes o de les iniciatives sostenibles i la manca de consideració de com la sostenibilitat pot millorar l'experiència de viatge.

Sigui com sigui, l'informe sobre Viatges Sostenibles 2024 de Booking.com especial pel mercat espanyol, destaca que un allotjament certificat com sostenible resulta més atractiu pel 40 % dels viatgers nacionals. En aquest mateix informe també s'apunta que Canàries, Catalunya i Andalusia són les comunitats autònomes amb més allotjaments certificats com a sostenibles.

En relació, precisament, a la sostenibilitat la demanda posa el focus en dimensions específiques, com són, principalment, l'aspecte ambiental i cultural. A més, en terme generals, el 66 % dels turistes pretenen deixar la destinació millor del que se l'han trobada, tal com es recollia a l'informe de viatgers sostenibles de 2023 de Booking.

Gràfic 6.

Conclusions del debat prospectiu “Nous horitzons i reptes del turisme en governança, innovació, sostenibilitat i talent”



Font: Trip.com Group. Trip.com Group Sustainable Travel Consumer Report 2024. Recuperat de <https://images3.c-ctrip.com/marketing/grouptrip/Trip.com%20Group%20Sustainable%20Travel%20Consumer%20Report%202024-ENG.pdf>

Aquest comportament, alineat amb la presa de consciència sostenible, ha contribuït a l'impuls d'un nou enfocament, on el turisme esdevingui una eina activa de regeneració. Aquest canvi

de paradigma no es limita, per tant, a preservar sinó que aspira a restaurar i revitalitzar els ecosistemes i les comunitats.

Això ens ha portat a parlar del turisme regeneratiu. Aquesta nova orientació suposa oportunitats diverses en l'àmbit de la sobirania alimentària, la regeneració de la vida cultural i social, l'economia local i circular, la identitat local, la conservació i a la regeneració del medi ambient, entre altres.

En qualsevol cas, la percepció dels viatgers és que qui presenta una major capacitat per fer front als reptes ambientals i econòmics són els governs i els proveïdors de serveis. Per tant, es fa evident la necessitat d'accelerar els esforços orientats en aquesta direcció per seguir garantint les opcions més sostenibles i que siguin més fiables i comprensibles. Cal seguir apostant per una major sensibilització i conscienciació, per estàndards clars i coherents, entre altres.

El creixement de la intel·ligència turística

Actualment, la intel·ligència turística es posiciona com una necessitat de les destinacions per posicionar-se i adaptar-se en un context com el que s'ha plantejat en el que la demanda cada vegada és més exigent. Així, la necessitat i demanda de dades esdevé una prioritat.

La intel·ligència turística és un concepte que fa referència al procés d'aprofitar l'anàlisi de dades globals i en temps real per optimitzar la presa de decisions. Implica l'aplicació directa de tecnologies com el Big Data, l'Internet de les Coses (IoT), els bessons digitals o la digitalització en general per impulsar models més sostenibles i competitius.

A partir d'aquesta necessitat i de les possibilitats que ofereix la transició digital han anat proliferant els Sistemes d'Intel·ligència Turística que, precisament, persegueixen facilitar i millorar la presa de decisions estratègiques a

través de la recopilació, tractament i anàlisi de dades provinents de diferents fonts i elaborar quadres de comandament, de manera que les dades es transformen en coneixement.

Gràfic 7.

Valoració de l'impacte i la capacitat dels Sistemes d'Intel·ligència Turística segons puntuació mitjana (sobre 10)

Coneixement del comportament del turista	9,81
Presa de decisions estratègiques	9,72
Impacte en el desenvolupament d'accions o línies de treball	9,45
Capacitat de la destinació per donar suport al sistema	8,54

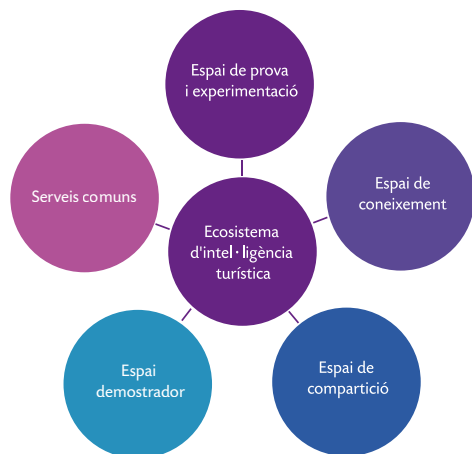
Font: SEGITTUR. (2024, març). Los sistemas de inteligencia turística en el ámbito de la red de destinos turísticos inteligentes. Recuperat de <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2024/03/Informe-SIT-en-Red-DTI.pdf>

El concepte no és nou i ja fa uns anys que es contempla en els plans estratègics de moltes destinacions, ja que la recollida i anàlisi de dades s'ha postulat com un element bàsic.

Atesa la importància d'aquests instruments, aquests sistemes esdevenen claus en el context del desplegament d'una destinació turística intel·ligent (DTI), la qual es caracteritza per un model de gestió basat en la innovació i l'ús de la tecnologia avançada. De fet, l'ús intensiu de la tecnologia en el marc de les DTI les ha posicionat com a generadores de dades. A més, els propis requeriments perquè una destinació sigui reconeguda com una DTI contempla la creació d'un portal de dades obertes.

Amb la voluntat d'integrar, relacionar i combinar dades públiques i privades que integren i connecten a tots els actors i generar més intel·ligència competitiva, des de la Secretaria d'Estat de Turisme (SEGITTUR) s'està impulsant el projecte de la Plataforma intel·ligent de destinacions. L'objectiu concret que es persegueix és generar, operar, integrar, agregar i explotar informació i recursos que possibilitin modernitzar la indústria turística espanyola.

Gràfic 8.
Enfocament de l'ecosistema d'intel·ligència turística



Font: SEGITTUR. Plataforma inteligente de destinos. Recuperat de <https://www.segittur.es/plataforma-inteligente/proyectos-plataforma-inteligente/plataforma-inteligente-de-destinos/>

Cal dir que aquesta iniciativa s'emmarca en el moment que des d'Europa s'està treballant en un espai comú de dades pel turisme que pretén, precisament, intercanviar i reutilitzar dades. Aquest tipus d'espais de dades es construeixen en base uns criteris específics: sobirania de dades, obertura, governança compartida i infraestructura "soft" descentralitzada.

En base a tots aquests canvis i tendències, s'observa, doncs, que el turisme està vivint una triple transició: digital, verda i social. Ens trobem, per tant, davant d'un canvi de paradigma que requereix noves maneres de fer i actuar sustentades en la innovació i la transformació digital, principalment.

“

El turisme està vivint una triple transició: digital, verda i social.

En aquest context cal fer referència, finalment, al **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**, així com els fons europeus de recuperació Next Generation EU destinats al turisme, que contribueixen a aquesta transició. Les 46 destinacions turístiques que han rebut 94 milions d'euros per ser pioneres a la Plataforma Intel·ligent de Destinacions o els Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions en són exemples.



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Una dècada d'innovacions en turisme

Informes del LAB IIT 2/2024

Aquesta publicació és una síntesi d'un informe sobre una dècada d'innovacions en turisme elaborat al llarg del 2024 per part del LABIIT de Consultoria Tecnològica del Centre Tecnològic Eurecat amb el suport del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. També reflecteix les aportacions realitzades pels ponents a la Jornada 'D'on venim i cap on anem? 10 anys de tendències i innovació en turisme i nous horitzons' organitzada el mes de juny de 2024.

S'han recollit les aportacions, que agraïm, d'Octavi Bono, Diputació de Tarragona; Xavier Cubeles, Eurecat; Sergi Novo, Clúster TIC Catalunya Sud; Laia Garriga, Eurecat; Nuria Varela, Blaumar; Carles Ibáñez, Eurecat; Josep Ivars, Universitat d'Alacant i Institut Universitari d'Investigacions Turístiques; Berta Cabré, FEHT i càmping Joan; i Jordi Morató, UPC.

Redacció: Sara Mestre, consultora en turisme i cultura d'Eurecat.

Consell Editorial: Salvador Anton, director científic de l'àrea de Turisme d'Eurecat; Xavier Cubeles, responsable de turisme i cultura de consultoria tecnològica d'Eurecat; Sara Mestre, consultora en turisme i cultura d'Eurecat.

Per ampliar la informació:

Vídeos de la jornada a Youtube:

Vídeos de la jornada a Youtube