

Sesión 1 de Diciembre:

Ecosistema startups & Innovación tecnológica como solución a los principales retos de la industria turística

Startups en la economía global

A menudo las empresas emergentes se asocian directamente con el concepto de **innovación**, al proponer soluciones que dan cobertura a las lagunas en la oferta del mercado. Una startup, por su naturaleza, surge con una idea innovadora que tiene un gran **potencial de crecimiento**, apoyándose en el uso de las **TICs** y otras **soluciones digitales**. Ciñéndonos a los datos concretos:

- Europa experimenta un gran crecimiento en el ecosistema de startups.
- Reino Unido, Alemania y Francia son los líderes en el nº de estas empresas en Europa.
- Las inversiones de capital riesgo en España están **por debajo** de la media europea.
- A pesar de ello, en los últimos 5 años el valor de las inversiones capital riesgo en España se ha multiplicado casi por 5.
- La vida media de startups en nuestro país es de **2,7 años**, con una tendencia positiva.
- España cuenta con 215 aceleradoras eincubadoras de startups.

Los datos muestran que con la irrupción de la pandemia las inversiones en este tipo de iniciativas sufrieron importantes caídas. A pesar de ello, a lo largo de 2021 se han ido recuperando con una velocidad destacable.

Como tendencia general, las startups han mostrado su resiliencia durante la crisis en lo referente al espíritu emprendedor y búsqueda activa de apoyo en la financiación y gestión eficiente para sus ideas de negocio.

Además, muchos emprendedores han conseguido ver oportunidades en esta crisis, habiendo desarrollado soluciones que ayudaban a los usuarios y empresas a adaptarse a la situación pandémica. El sector turístico en este sentido no se ha quedado atrás.

Startups en turismo

Los mayores retos de la actual industria turística consisten en la reinvención del sector, adaptándolo a las nuevas tendencias de consumo, necesidades del entorno, criterios de sostenibilidad y de tecnología.

En este sentido, las startups turísticas conforman un ecosistema perfecto para afrontar dichos retos, al aunar factores como **el emprendimiento, la innovación y la transformación digital** que son los tres aliados clave ante los retos que presenta el entorno.

- 2019 fue un año histórico de inversiones en startups turísticas 7,5\$ billones a nivel mundial.
- Subsectores donde más ha incrementado la inversión desde la pandemia: nuevos viajes aéreos y vehículos eléctricos y autónomos.
- Subsector donde más ha reducido la inversión: micromovilidad.
- En la selección de la OMT de las 100 startups : más innovadoras del mundo en 2021, España : **lidera** el listado con 22 empresas.

- España: 6ta en el número de las startups en la selección de las 878 startups de turismo y movilidad del mundo.
- Ciudades españolas con más startups turísticas:Barcelona (5%), Madrid y Valencia (2%).
- Turismo es un sector **resiliente** en España en términos de inversión, a pesar de la caída en 2020, está recuperándose en 2021.
- Principales obstáculos: falta de financiación,
 carencia de habilidades, inestabilidad de mercado,
 miedo al fracaso, cambios en la normativa.
- Principales oportunidades: programas y concursos
 específicos de apoyo al emprendimiento turístico,
 DTIs para negocios tecno-sostenibles.

PARTICIPANTES DE LA SESIÓN

El Think Tank se celebró el día 1 de diciembre de forma telemática, con la participación de los siguientes expertos y startups:



Fuencisla Clemares
Directora General Google
España



Maialen CarbajoDirectora de la vertical de viajes
para Google España



Sofía Benjuméa Head of Google for startups



Mauricio Prieto Co-fundador Odigeo-Edreams



Marian Muro
Directora General
Barcelona Turisme



José Díaz ArdilaEspecialista Senior
Departamento de Innovación,



Isabel LlorensCo-fundadora Rusticae



Faustino Fernández Fundador Staymyway



David Pérez Fundador HeyMondo



Juan BarbedCo-fundador Rooral



Tomás Guerrero Co-fundador Deribe



Esther RodríguezCEO y Co-fundadora Mystreetbook



Sergio Orozco
CEO Rookiewise



Pierre Becceril
CEO Transparent



Juanjo Rodríguez
Fundador The Hotels Network



José Luis Santos CEO Ecostars



Cristina Contreras CEO Viajar Eslou

Metodología de trabajo de la sesión

En esta sesión el trabajo se ha centrado en las cuatro temáticas exploradas anteriormente en sesiones previas del Think Tank, y donde las startups están desarrollando negocios disruptivos que trabajan dando solución a estos retos. Estos retos los definen principalmente las tendencias cambiantes de consumo, de producción y las circunstancias del entorno y son los siguientes: hábitos de compra del nuevo consumidor, digitalización, desestacionalización a través de la diversificación y la sostenibilidad.

Diversificación Digitalización - uso El nuevo turista del Data y Machine Sostenibilidad desestacionalización Learning

Principales aportaciones de las startups en cada ámbito (1 de 4)

El nuevo turista Digitalización - uso del Data y Machine Learning Diversificación y Sostenibilidad desestacionalización

- o Hoy en día, los aspectos sanitarios y la seguridad económica marcan el comportamiento del turista.
- $\circ\,$ Se valoran experiencias auténticas, personalizadas y sostenibles.
- o Destaca la necesidad de automatización en diferentes etapas del viaje junto con la necesidad de mantener la opción de contacto personal con los local hosts.
- Staymyway (<u>staymyway.com</u>):
 - o Nuevas necesidades del turista: soluciones automatizadas y digitales para facilitar y agilizar las distintas fases del journey viajero.
 - o Disponer de soluciones que les permitan evitar contacto físico a la hora de hacer el check-in o el check-out, no depender de los horarios establecidos por el alojamiento y gestionar estancia de forma autónoma.
 - Automatizar el acceso al alojamiento por medio de apps y, por otra parte, optimizar los costes de las empresas y sus procesos de gestión.
- Heymondo (<u>heymondo.es</u>):
 - o Personalizar los servicios de cara al viajero, haciendo hincapié en el concepto de la seguridad.
 - o Proporcionar una cobertura óptima a los viajeros que contemple diversos tipos de riesgo, tanto los relacionados con el COVID-19, como los específicos de cada destino en cuestión.
 - o Ofrecer al cliente asistencia en todo momento, así como de un seguimiento post-viaje.

Principales aportaciones de las startups en cada ámbito (2 de 4)

El nuevo turista Digitalización - uso del Data y Diversificación y Machine Learning desestacionalización

- o Para el viajero: las soluciones digitales son un aliado clave para planificar, reservar y realizar el viaje.
- o Para las empresas: soluciones que aportan un valor tangible a partir de los datos, mejoran la eficiencia productiva y permiten personalizar la experiencia del turista.
- Necesidad de contar con los perfiles profesionales adecuados.
- Rookiewise (<u>rookiewise.com</u>):
 - o Centrarse en la tecnología para mejorar la eficiencia de los procesos internos y aportar valor añadido al viajero.
 - o Aumentar el volumen de la producción y servicio evitando el fallo humano por medio de algoritmos digitales.
- Transparent (<u>seetransparent.com</u>):
 - o Aprovechar el Big data para optimizar proyectos empresariales durante el año.
 - o Tomar las decisiones y crecer en base al dato.
 - o Gracias a ello pueden mejorar la ocupación en los establecimientos, previsiones productivas y atención al cliente, entre otros.
- The Hotels Network (<u>thehotelsnetwork.com</u>):
 - o La digitalización favorece el posicionamiento de marcas propias y potenciación del canal directo de las empresas.
 - o Se fomenta la toma de decisiones eficiente con manejo adecuado del dato y apoyo en las plataformas inteligentes.
 - o Mejora la venta directa, fidelización del cliente, conocimiento de sus necesidades y adaptación a ellas con más eficiencia en los contenidos web.

/ | *|* | | | | | |

Principales aportaciones de las startups en cada ámbito (3 de 4)

El nuevo turista

Digitalización - uso del Data y Machine Learning Diversificación y desestacionalización

- o Romper las tendencias tradicionales y flexibilizar la oferta a nivel personal.
- o Pensar en los nuevos modelos de conectividad: el cliente tiene que acceder a más oferta con más facilidad.
- o Crear marcas turísticas enfocadas en la naturaleza y autenticidad.
- Rooral (<u>rooral.co</u>):
 - o Potenciar el teletrabajo en los ámbitos rurales.
 - o Mejorar las infraestructuras en los entornos rurales y la conectividad con las zonas urbanas.
 - o Proporcionar un empuje económico en los pueblos en la temporada baja y desarrollar su potencial turístico y residencial.
- Oeribe (deribe.com):
 - o Apoyar el desarrollo del teletrabajo en todas las partes del mundo.
 - o Proveer a los alojamientos de los equipos e infraestructuras necesarias para el teletrabajo.
 - o Comunidad de teletrabajadores: crear nuevas relaciones y oportunidades de trabajo y colaboración.
- Mystreetbook (<u>mystreetbook.es</u>):
 - o Hiperpersonalización de viajes.
 - o Generar aprendizaje inteligente a partir de los gustos de viajeros.
 - o Guiar a los viajeros en los destinos.
 - o Enriquecer la diversidad y ampliar el espacio turístico.

Principales aportaciones de las startups en cada ámbito (4 de 4)

El nuevo turista Digitalización - uso del Data y Machine Learning

Diversificación y desestacionalización

- o La búsqueda de impacto cero tiene que partir por las empresas líderes del sector.
- o Los consumidores se preocupan cada vez más por la sostenibilidad.
- o Es importante promover la concienciación a gran escala: desde el consumidor hasta el gestor público.
- o Medir los impactos de la actividad turística para poder mitigarlos haciendo uso de la tecnología.
- Ecostars (ecostars.org):
 - o Habituar al consumidor para reservar en base a las estrellas de sostenibilidad.
 - o Certificar a la planta hotelera española según los criterios de sostenibilidad.
- Viajar Eslou (<u>viajareslou.com</u>):
 - o Combatir el turismo masivo a través de modelos respetuosos.
 - o Promover la identidad cultural en las diferentes partes del mundo.
 - o Apoyar a los artesanos locales.
 - o Crear experiencias que incluyan actividades culturales tradicionales.

Generando nuevas ideas

De los 4 ámbitos anteriores, los asistentes propusieron varias ideas distribuidas en diferentes categorías, aplicándose un criterio diferente en cada uno de los ámbitos. El objetivo de esta parte radica en proponer nuevas soluciones que ayuden a los 4 pilares de la recuperación del sector turístico.

El nuevo turista



Digitalización - uso del Data y Machine Learning



Diversificación y desestacionalización





El nuevo turista

Nuevos must	Nice to have	Wow		
→ Promover notificaciones inteligentes a partir de los calendarios personales con un check-list de los requisitos y documentos generado automáticamente en función del destino de viaje.	→ Adecuar los espacios e infraestructuras para el teletrabajo, crear hubs o comunidades que pongan en contacto a los teletrabajadores en un mismo destino para poder desarrollar proyectos en común.	→ Automatizar procesos a partir de los dispositivos: realizar autoregistros y rellenos de la información necesaria durante el viaje.		
→ Flexibilizar los servicios, cambios de reservas, cancelaciones. Marketing inteligente para los clientes.	→ Ampliar la oferta de productos y experiencias que considere la sostenibilidad como eje principal.	→ Convertir a los alojamientos en los embajadores de sus entornos: proporcionar información sobre los productores locales.		
→ Poder realizar todas las gestiones relativas al viaje desde los dispositivos personales.	→ Personalizar los servicios a partir de la tecnología.	→ Ofrecer experiencias virtuales y digitales antes de comenzar el viaje.		
→ Ampliar la oferta gastronómica contemplando las posibles intolerancias y alérgenos. Personalizar el servicio a raíz de ello.	Ofrecer experiencias virtuales para conectar con los productores locales de todo el mundo.	Contar con asistentes inteligentes para asesorar al viajero durante todo su itinerario.		
Destinar parte de ingresos procedentes del turismo a la sostenibilidad y permitir consultar estos datos de forma transparente.	→ Fijar la sostenibilidad como eje principal de la oferta.	→ Personalizar el servicio a partir de los rasgos particulares de cada cliente, por ejemplo, intolerancias.		

Digitalización - uso del Data y Machine Learning

_		,	
		Transporte Aloja	amiento Ocio
	Eficiencia operativa	 → Mejorar el acceso al Data para todos los agentes. capacidade → Reducir los 	utilizando las s de Big data y ML. desperdicios de ros recursos. I consumo de saber personalizar. → Contar con datos y tecnologías que permitan llevar los procesos operativos a escala. → Facilitar el acceso a herramientas de IA o ML a PyMES.
	Comprensión del customer journey		n del cliente y hacer comportamiento del cliente a partir de ML o IA (sin necesidad de
	Personalización	→ Tener el perfil del cliente cargado previamente predictiva.	 → Lanzar ofertas únicas. → Apostar por el elemento digital para alcanzar al cliente, convencerlo, vender y continuar relación post-servicio. → Aumentar la cantidad de recursos de ocio.

Diversificación y desestacionalización

		¿Qué hay que cambiar? / ¿Dejar de hacer?);	Qué hay que impulsar? / ¿Comenzar a hacer?	
_ \	Turismo urbano y movilidad	→ Dejar de ampliar la oferta exclusiva para los turistas y promover la integración del turismo con los transportes locales ya existentes que utilizan los propios residentes.		Ofrecer mapeos de la oferta en los destinos. Distribuir los flujos de los turistas en todo el destino de modo que no se concentren solo en los enclaves principales.	
	Turismo rural	 → Dejar de promocionar de forma demasiado agresiva el turismo rural dirigiendo grandes volúmenes de turistas a aquellos entornos. → Cambiar la percepción de que el turismo rural es un turismo de bajo coste: cualquier servicio y producto se debe pagar según su calidad y aportación a la experiencia del consumidor. 	→	Hacer la información sobre los entornos y recursos rurales más accesible para todos, destacar lo más interesante de cada destino. Asegurar que las zonas rurales tengan infraestructuras y comunicaciones suficientes para los teletrabajadores. Digitalizar la oferta y la gestión de los destinos rurales. Proporcionar mayores recursos de desarrollo a los productores locales.	\(\)
	Teletrabajo	 → Abandonar la cultura del presencialismo. → Dejar de valorar el teletrabajo como una solución para todos: hay que estudiar a fondo cada profesión y sus características particulares de cara a la posibilidad de teletrabajo. 	→	Asegurar las infraestructuras suficientes en los entornos de teletrabajo. Promover leyes que definan bien y faciliten el teletrabajo. Facilitar los procedimientos administrativos para atraer a los nómadas digitales extranjeros.	

				_ \
Nuevos must		Nice to have	Wow	
	Tomar conciencia colectiva sobre la sostenibilidad sin mercantilizarla.	Disponer con facilidad de las calculadoras de huella de carbono y centralizar las diferentes calculadoras en un mismo sistema.	→ Crear sello artesanal que promueva el uso y consumo de los productos locales (kilómetro cero.	
-	Minimizar el impacto ambiental del turismo, por ejemplo, en lo referente al cambio climático y comunicarlo al viajero.	→ Apostar más por el transporte verde y hacer estos medios más fáciles de identificar para el visitante.	→ Generar sistema de recomendaciones a todos los niveles, incluyendo a los local hosts.	
-	Ofrecer información abierta sobre el impacto medioambiental que genera cada consumidor o cada empresario y explicar cómo se puede mitigar.	→ Combinar tecnología con sostenibilidad para reducir el consumo energético en las grandes infraestructuras (por ejemplo, aeropuertos).	→ Crear un mapeo desde los establecimientos de alojamiento indicando sitios donde se puede comprar y consumir productos locales a un precio justo.	
_	Fomentar inversiones / transacciones "verdes" en los ámbitos sostenibles.	→ Hacer la energía solar más accesible también para empresas y entornos pequeños.	Crear incentivos para el viajero para que consuma de forma responsable y sostenible.	
		→ Reducir el desperdicio de los alimentos y apostar por el consumo de los productos locales (kilómetro cero).		
+				1

Principales aprendizajes

- El sector turístico se ha mostrado como un sector resiliente a la crisis.
- Se cuenta con numerosas iniciativas innovadoras que proponen soluciones en los distintos ámbitos del sector turístico, contemplando diversas oportunidades de transformación.
- Los principales pilares para dar respuesta a las necesidades del nuevo turista se resumen en la combinación eficiente de la digitalización, sostenibilidad y soluciones de diversificación de la oferta.
- El actual consumidor turístico requiere de una personalización de servicios y experiencias que las herramientas tecnológicas están ya capacitadas para diseñar y ofrecer a costes razonables y con buena calidad.
- La tecnología y la innovación pueden contribuir a dinamizar la economía en el entorno rural a partir del turismo.
 - Las últimas tendencias han mostrado el interés y la preocupación creciente de la comunidad viajera por el ámbito de sostenibilidad, marcando un hábito de consumo al que pretenden dar respuesta cada vez más empresas.
 - A raíz de la pandemia y el interés hacia los entornos naturales, estos últimos han visto impulsado su potencial gracias a los nuevos segmentos de consumidor, como, por ejemplo, los teletrabajadores. Como consecuencia, muchas empresas han propuesto nuevas soluciones que beneficien a varios ámbitos a la vez.

