

# PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

## Grupo de Trabajo 5

### Turismo e

### Industrias Culturais e Creativas

organiza:

axencia  
galega de  
Innovación



XUNTA  
DE GALICIA

II FORO **ris<sup>3</sup>**  
unha visión estratéxica compartida /  
una visión estratéxica compartida

Santiago de Compostela, 21 de maio / 21 de mayo



# Resumen resultados GT5

21

• INTERLOCUTORES

08

• CUESTIONARIOS DE CIENCIA

20

• CUESTIONARIOS DE EMPRESA

02

• MESAS DE TRABAJO

13

• PARTICIPANTES

06

• OBXECTIVOS PROPOSTOS

08/04/2013

10/04/2013

1ª Mesa de Trabajo  
- Xeración da DAFO

2ª Mesa de Trabajo  
- RETOS ESPECÍFICOS e CASOS DE ÉXITO

#### Coordinación

- ✓CEC [Anxo Lorenzo]
- ✓ S.X. Turismo [José Luis Maestro]

#### Participantes

- ✓CEC [Cristina Fabeiro ]
- ✓[Mª Carmen Martinez ]
- ✓AGADIC [Jacobo Sutil ]
- ✓Fundación Cidade da Cultura [Beatriz González]
- ✓SX para oTurismo [Laura González-Dopeso]
- ✓Turgalicia [José Ramón Castiñeira]
- ✓Turgalicia [Santiago Bacariza]
- ✓Xacobeo [Manuel Rodriguez ]
- ✓C. Educación [Faustino Infante]
- ✓C. Facenda [Rosa Pedrosa]

#### Interlocutores

- ✓ 3 Universidades (UDC, USC e UVIGO)
- ✓ 2 Clústers (Libro, Audiovisual )
- ✓ 6 Asociacións (AHOSVI, AGAPI, AGA, Academia Galega do Audiovisual, AIE de Restauración, Hospedaxe e Turismo, CEHOSGA)
- ✓2 Fundacións
- ✓6 Empresas
- ✓2 Expertos

## ANALISE INTERNO

## ANALISE EXTERNO

PTOS. NEGATIVOS

### DEBILIDADES

- ✓ Oferta científica en ramas de perfil "humanista" (non tecnolóxico) que non están sendo aproveitados en proxectos empresariais
- ✓ Os CC.TT non teñen unha orientación específica cara o sector ICC
- ✓ Escasa participación de clúster vinculados coas ICC en proxectos de I+D+i.
- ✓ Non existen mecanismos de financiamento orientados á innovación de base non tecnolóxica (deseño, mercado)
- ✓ Falta de investimento en formación en materia turística
- ✓ Tecido empresarial de reducida dimensión
- ✓ Ubicación xeográfica alexada
- ✓ Degradación da paisaxe rural e urbana e das sinais de identidade
- ✓ Gran dependencia do mercado nacional no turismo

### AMENAZAS

- ✓ Dificultade de acceso ao financiamento
- ✓ Cultura empresarial orientada a produción e non ao deseño
- ✓ Falta de confluencia da arte, a ciencia e a tecnoloxía en novos perfis profesionais e empresas
- ✓ Cultura "mainstreaming" de base anglosaxona
- ✓ Desatención á parte creativa do deseño.
- ✓ Existencia de rexións españolas competidoras no concepto marca verde España (Asturias, País Vasco, ..) e mellor posicionadas.
- ✓ Rexións emerxentes con inversións fortes en mercadotecnia
- ✓ Industria do deseño moi desenvolvida na rexión Norte Portugal.

PTOS. POSITIVOS

### FORTALEZAS

- ✓ Existencia de empresas tractoras en casi todos os subsectores das ICC
- ✓ Disponibilidade de centros de investigación e sistema científico que pode ser aproveitado polas empresas do sector ICC
- ✓ Existencia de persoal formado no sector turístico e cultural
- ✓ Existencia de centros tecnolóxicos e de coñecemento que son aproveitados na creación de sistemas de información e xeración de contidos dixitais
- ✓ Capacidade e estruturas creadas para colaborar en termos de investigación en materia termal entre o triángulo do coñecemento.
- ✓ Cultura e a lingua propias como factores de diferenciación que aportan un factor de competitividade
- ✓ Camiño de Santiago como produto único no mundo.
- ✓ Activos turísticos: paisaxe, patrimonio cultural.
- ✓ Sector audiovisual con grande peso na escala europea

### OPORTUNIDADES

- ✓ Axudas e programas da Unión Europea para o fomento da cultura: Capitais europeas da cultura, Programa Media, Turismo cultural...
- ✓ Incremento dos modelos de negocio con utilización intensiva das TIC e que requiren un aporte específico de contidos para o seu desenvolvemento
- ✓ Potencial de crecemento en Galicia na industria do entretemento (por exemplo videoxogos) e con casos de éxito que poden ser replicados e incrementados
- ✓ Galicia é unha ponte idónea no acceso de contidos e deseño entre os países de lusofonía e latinoamérica, en especial no acceso das empresas deste países a Europa (por exemplo na música)
- ✓ Motivacións cambiantes no turismo en liña co potencial da oferta turística de Galiza.
- ✓ Mercados maduros en busca de novos alternativas dentro do mercado Español.

## OBXECTIVOS GT5: Turismo e Industrias Culturais e Creativas

E-PATRIMONIO E INNOVACIÓN EN CONTIDOS DIXITAIS

CULTURA TRANSFORMA: TRANSFORMACIÓN MEDIANTE O DESEÑO E A CREATIVIDADE (RELACIÓN ICC E OUTROS SECTORES)

INTERNACIONALIZACIÓN DO SECTOR DAS INDUSTRIAS CULTURAI E CREATIVAS

INNOVACIÓN NO TURISMO CULTURAL

“GALICIA SMART DESTINATION” Experiencias innovadoras para o turismo baseada en tecnoloxía e contidos

THALASO E TERMALISMO PARA O BENESTAR E A SAÚDE

## E-PATRIMONIO E INNOVACIÓN EN CONTIDOS DIXITAIS

Impulsar o desenvolvemento tecnolóxico na posta en valor do patrimonio cultural, tanto na xestión de contidos como na súa dixitalización ou catalogación. A posta en valor do patrimonio galego é unha fonte de recursos que xera sinerxías co sector turístico e permite xerar factores de diferenciación a través da cultura que contribúen á Marca Galicia e á comercialización dos seus produtos de xeito transversal.

**DIRIXIDO A:** ICC especializada na creación de contidos transmedia (contidos TIC, libro, música, audiovisual) e core arts (patrimonio cultural, arquivos e bibliotecas).

## CULTURA TRANSFORMA: TRANSFORMACIÓN MEDIANTE O DESEÑO E A CREATIVIDADE (RELACIÓN ICC E OUTROS SECTORES)

O impulso dunha ICC pode xerar sinerxías con outros sectores máis maduros da economía galega, axudando á súa comercialización a través do deseño e da diferenciación de base cultural. As ICC deberían actuar como empresas tractoras deses sectores máis maduros da economía galega, apoiando os seus procesos de modernización e internacionalización.

**DIRIXIDO A:** Por unha banda, vai dirixido aos sectores económicos máis maduros, como apoio aos seus procesos de modernización e innovación. E, por outra banda, toda a cadea de valor das ICC e os seus subsectores: core arts (artes escénicas, artes plásticas, fotografía, bibliotecas e museos, arquivos e patrimonio), industria cultural (audiovisual, música, produto gráfico, radio) e industria creativa (arquitectura, deseño, publicidade, contidos TIC).

## INTERNACIONALIZACIÓN DO SECTOR DAS INDUSTRIAS CULTURAIS E CREATIVAS

Posicionamento do sector cultural e creativo en mercados internacionais, en especial dos países da lusofonía e latinoamérica para os subsectores musical e audiovisual e das artes escénicas nos países europeos de con vínculos históricos e culturais, a través da creación de plataformas multilingües que permitan poñer en rede os procesos de xestión, promoción e distribución de bens e servizos culturais nun mercado global, para a súa explotación en liña. Innovación na mellora e fomento da tradución, dobraxe, subtítulado, sobretítulado e dixitalización de obras culturais, para conseguir un produto final incorporable ás novas tecnoloxías do mercado global

**DIRIXIDO A:** subsectores musical e audiovisual e das artes escénica.



## INNOVACIÓN NO TURISMO CULTURAL

Xeración de novos produtos e servizos turísticos en base ao patrimonio cultural e aos contidos dixitais e aplicacións para o seu aporte de valor. O rico patrimonio histórico galego, e a súa situación nun contorno natural de alto valor e interese, é unha materia prima de indubidable valor para a xeración de novas liñas de negocio empresariais, en especial na industria do entretemento e turísticas.

**DIRIXIDO A:** En xeral, a todo o sector servizos e, en particular, ao sector turístico.

## “GALICIA SMART DESTINATION” Experiencias innovadoras para o turismo baseada en tecnoloxía e contidos

Converter a Galicia nun referente internacional en creación de experiencias innovadoras para o turismo mediante a creación de contidos innovadores e aplicación de novas tecnoloxías para o desenvolvemento do turismo que permitan poñer en valor os recursos naturais e culturais de Galicia, conseguindo unha vantaxe comparativa respecto dos nosos competidores e marcar as novas tendencias.

**DIRIXIDO A:** Profesionais e empresas de todos os campos implicados: turismo (touroperadores, consultoras especializadas, administracións), creadores culturais, e especialistas no sector TIC.

## THALASO E TERMALISMO PARA O BENESTAR E A SAÚDE

Converter a Galicia nun referente en novas aplicacións terapéuticas da auga do mar, mediante o uso como thalaso ou aplicacións dos recursos mariños (algas e demais vida acuática). A riqueza dos recursos de augas termais e do mar para fines terapéuticos e o desenvolvemento das empresas nadas en torno aos mesmos, xunto co liderado investigador e de formación no sector, sitúan a Galicia nunha posición avanzada neste sector.

**DIRIXIDO A:** Sector empresarial de augas termais e thalastos, investigadores e formadores especializados, médicos, sector turístico e de lecer, sector de benestar e saúde.

**MOITAS GRAZAS POLA SÚA COLABORACIÓN**