

José Luis Gascó Gascó es catedrático de Universidad, Director de Programas de los Posgrado de Organización de Empresas y Director del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Con más de veinte años de docencia universitaria, es autor de numerosos artículos y libros relacionados sobre todo con la Gestión de Recursos Humanos y los Sistemas de Información en la Empresa. Ha desarrollado labores de consultoría para multitud de ayuntamientos, así como para asociaciones y empresas como la Cámara de Alicante, Coepa, la Escuela Oficial de Turismo de la Generalitat Valenciana o la Federación Valenciana de Municipios y provincias, entre otros

■ Textos: Enrique Bolland  
enrique.bolland@economia3.info  
■ Imágenes: Archivo E3

**E**l Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas se crea en 2006, constituyendo una respuesta lógica a la tarea de investigación y docencia en turismo que se desarrollaba en la Universidad de Alicante. Los objetivos son cubrir, desde el ámbito de la investigación y la formación especializada, las demandas existentes en el entorno social y económico, e incentivar la investigación básica y aplicada sobre el turismo desde distintas disciplinas científicas”.

- ¿Cuáles son los principales hitos en la trayectoria de la institución?

- Desde su creación, el Instituto ha abordado multitud de trabajos, estudios e investigaciones básicas y aplicadas a actividades, empresas y administraciones concretas, a través de sus más de 50 investigadores procedentes de áreas de conocimiento diversas.

El doctorado interuniversitario de Turismo no me equivocaría en afirmar que puede ser el mejor toda España. La creación en 2011 de la revista *Investigaciones Turísticas*, cuya publicación semestral es un referente en el mundo académico. La Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza Orts, que inicialmente estuvo más parada, ha despegado en los últimos meses con foros y seminarios que han traído a ponentes de primer nivel. Los cursos de posgrado para el sector turístico están demostrando ser una excelente forma de transferencia a la realidad del mercado, de las múltiples líneas de investigación que abordamos: desde hace bastantes años estamos impartiendo un Máster en Dirección y Planificación del Turismo y un curso de Guía Turístico e Interpretación del Patrimonio. En los dos últimos años, el Máster



José Luis Gascó, director del IUIT de la Universidad de Alicante

*“El nivel de nuestras empresas turísticas es bueno, pero deben adaptarse a un cliente cada vez más exigente”*

en Dirección de Restaurantes y F&B Hotelero y el Máster en Dirección de Hoteles, se han convertido en referentes.

- ¿Cuáles son sus prioridades al frente del IUIT?

- Potenciar la transferencia del conocimiento generado por el Instituto para la mejora de la gestión de las empresas del sector, así como la de las instituciones comprometidas con el turismo en nuestra provincia y en nuestra Comunidad, y consolidar el IUIT como un instituto tecnológico de investigación, desarrollo e innovación de referencia en el sector turístico.

- ¿Aprovechan las instituciones públicas y las empresas del sector su trabajo?

- Sin duda lo aprovechan por muchas vías. La de la formación de profesionales muy cualificados a través de los estudios de posgrado es una vía fundamental en esa transferencia de conocimiento al mercado. Pero existen programas directos como el desarrollado pa-

ra **VisitElche** sobre “El sector turístico de Elche y las nuevas tecnologías”; o el trabajo realizado para el área turística del **Grupo Marjal** sobre “Reflexiones en torno al producto camping. La evolución al concepto icamping”.

- La relación del Turismo con el territorio es una de sus líneas de investigación. ¿Es previsible (y deseable) que esa relación cambie en el futuro inmediato?

- Las diferentes administraciones y, naturalmente las empresas, son cada día más conscientes de la importancia de considerar el territorio no como un simple objeto de explotación inmobiliaria con escasos niveles de protección y pocas infraestructuras básicas en algunas zonas –especialmente en destinos litorales– impulsada por la demanda, sino como un recurso turístico de primer nivel desde la perspectiva de sostenibilidad y diferenciación, que necesariamente debemos considerar si queremos mantenernos como una referencia mundial.

## Premios para J. M. Caballé y Sha Wellness Clinic

Desde el año 2011 se otorgan los premios anuales del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) para reconocer la labor de agentes y empresas del sector turístico de la Costa Blanca. Estos premios reconocen la Trayectoria Turística y la Innovación en Turismo.

En esta V Edición –que se celebrará el próximo 24 de noviembre en el edificio Germán Bernácer de la Universidad–, el premio a la Trayectoria recaerá en **José M.ª Caballé**, presidente de **Servigroup**, sin duda un referente imprescindible para el sector turístico en nuestra zona desde que en 1970 fundara la cadena hotelera **Servigroup**. Y el premio a la Innovación en el presidente de **Sha Wellness Clinic**, **Alfredo Bataller**, un referente internacional en turismo de salud en L'Albir, una idea diferente para un turismo muy exigente.

No es fácil, porque la explotación del suelo es una de las mayores fuentes de ingresos con que han contado los ayuntamientos, pero el planteamiento es el mismo que el de cualquier empresa, ¿apostamos por el corto o por el largo plazo? Sin duda, desde el IUIT creemos en el largo plazo, en la sostenibilidad del sector, lo que exige comprometernos con la calidad de los destinos, con la puesta en valor de sus recursos naturales como un elemento más de atracción, y diversificar y segmentar nuestra oferta con productos singulares y de calidad.

**- En cuanto a la gestión de las empresas turísticas, ¿cree que el nivel medio de las empresas de la Comunidad Valenciana es óptimo o muy mejorable?**

- El nivel medio de las empresas turísticas de nuestra Comunitat es bueno pero, como todo, susceptible de mejorar. Y no solo susceptible, sino imprescindible para adaptarse a las condiciones de un cliente cada día más exigente, hiperconectado, que quiere y exige productos específicos de alto valor añadido, consciente de su poder de negociación con el resto de actores del sector.

**- ¿Hemos sabido abrir las empresas del sector al exterior?**

- Creo que en este punto hemos avanzado mucho. La crisis que llevamos soportando hace ya siete años ha impactado con mucha fuerza en el turismo nacional, que ha reducido sustancialmente durante estos años su presencia en nuestra provincia, pero su efecto ha sido en gran parte corregido por el turismo internacional, que aún en este tiempo no ha dejado de crecer, también de una forma no siempre homogénea provocada por situaciones políticas o económicas internacionales que han afectado bruscamente a nuestro sector, como la bajada de los precios del petróleo, la depreciación del rublo o los problemas sociopolíticos en los países de la anterior Unión Soviética. Sin embargo, la experiencia y el trabajo intenso de nuestras empresas turísticas desde hace muchos años, ha podido corregir los impactos negativos de esas modificaciones repentinas, potenciando las llegadas desde nuevos países.

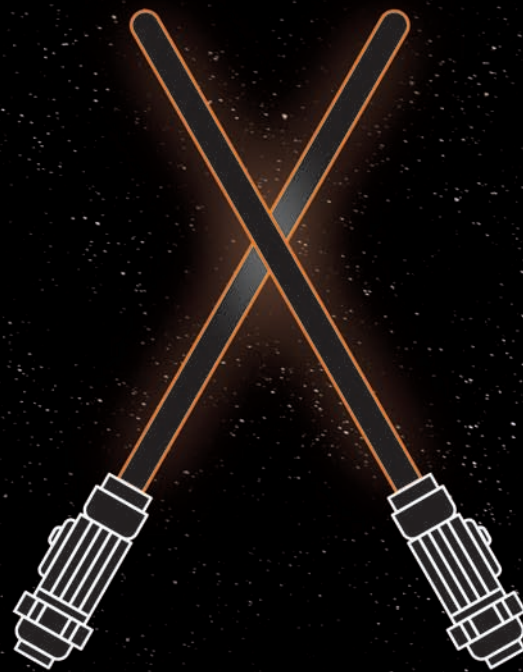
**- De sus análisis sobre la demanda turística, ¿qué hechos cabe reseñar? ¿Hacia dónde cree que se dirige esa demanda?**

- Básicamente cuatro temas. Primero, la exigencia creciente de los clientes tanto en calidad como en precio, lo que obliga a las empresas a segmentar y a mejorar continuamente sus procesos y el servicio, y a las Administraciones a redefinir esa relación entre turismo y territorio. Segundo, los conflictos que no cesan en diferentes partes del mundo y que impactan tanto en la oferta como en la demanda, haciendo aún más incierto el sector. Tercero, el impacto de las nuevas tec-

nologías asociadas a internet, que ha revolucionado el sector, eliminando actividades y potenciando otras. Cuarto, el desarrollo de la llamada economía colaborativa, en gran medida no regulada y que empieza a afectar al sector (alquileres no declarados, desplazamientos compartidos, etc.).

**- Se habla mucho del modelo turístico de la provincia y de las distintas ciudades que la conforman. ¿Podría analizar la situación actual?**

- En la provincia no tenemos un único modelo turístico sino varios, y muchos de ellos no son solo compatibles, sino incluso complementarios, con posibles sinergias que no somos capaces de alcanzar en muchas ocasiones por falta de colaboración entre municipios, asociaciones y empresas: sol y playa –fundamental, es la base de nuestra oferta–, gastronomía, cultura, paisaje, deporte... pero no siempre ponemos en valor nuestro patrimonio común. ●



Que el talento te acompañe.

**equipo humano**

Soluciones innovadoras en recursos humanos

f t in | 902 110 473

[www.equipo humano.com](http://www.equipo humano.com)