

INNOVACIÓN TURÍSTICA

En un mundo en constante evolución, la innovación se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo y la competitividad del sector turístico. Este capítulo se centra en la noción de innovación turística, explorando cómo los cambios y mejoras en productos, servicios y modelos de negocio son esenciales para satisfacer las crecientes demandas de los viajeros contemporáneos. A medida que las nuevas tecnologías transforman la forma en que los turistas planifican y experimentan sus viajes, la capacidad de adaptación de las empresas turísticas se vuelve crucial para su supervivencia y éxito en un entorno altamente competitivo.

Algunos ejemplos del uso de la tecnología artificial tienen que ver con su papel como recurso clave en el sector turístico, ya que facilita la provisión de información turística actualizada y permite ofrecer al consumidor una experiencia única mediante la personalización de servicios que responden a sus necesidades (Rodríguez *et al.*, 2023). De igual forma, la realidad aumentada se ha consolidado como un valor añadido en el turismo, pues proporciona información ampliada sobre los puntos de interés, promueve adecuadamente los recursos de cada destino e incrementa la calidad de la oferta turística (Expósito-Barea & Navarrete-Cardero, 2023).

Este capítulo examina las diversas manifestaciones de la innovación en el turismo, desde la implementación de nuevas técnicas de gestión hasta la creación de experiencias personalizadas que responden a las preferencias individuales de los turistas. Además, se discutirá el papel del Estado y la participación activa de los usuarios como factores clave en el fomento de un proceso de innovación efectivo. Al abordar estas temáticas, se busca no solo resaltar la importancia de la innovación en la mejora de la experiencia del turista, sino también señalar su contribución al desarrollo sostenible del sector. En las siguientes páginas se encontrará un marco conceptual que será fundamental para entender las tendencias emergentes en el turismo de aventura, que luego se explorarán en los capítulos siguientes.

2.1. Nociones generales sobre la innovación

La innovación es un conjunto de cambios o mejoras que buscan aumentar la calidad y el valor en una organización. Implica la generación, creación o adopción de nuevos conocimientos tecnológicos y su aplicación práctica. Para Mullo-Romero *et al.* (2019), la innovación se manifiesta a través de nuevos productos, servicios, modelos de negocio, técnicas de gestión y estructuras organizativas, lo que permite a las empresas del sector turístico adaptarse y mejorar su competitividad en un entorno en constante cambio.

La innovación resulta de la generación de ideas y su conversión en productos tangibles, que, al combinarse con elementos como la ciencia, la tecnología y el capital humano, pueden integrarse de manera efectiva y rentable tanto para la empresa como para la sociedad (Rojo-Gutiérrez *et al.*, 2019). La innovación es un fenómeno que abarca tanto el ámbito empresarial como el social, influyendo en la interacción y acumulación de conocimiento en el proceso de aprendizaje.

Ahora bien, la importancia de la innovación a nivel nacional radica en su capacidad para impulsar el crecimiento económico y mejorar varios aspectos de la calidad de vida de la población. A nivel del contexto global, la innovación no se distribuye de manera equitativa, lo que genera significativas disparidades entre países. Aquellos que generan nuevas ideas tienden a beneficiarse más que los que simplemente las consumen, lo que ha contribuido a una marcada división entre naciones ricas y pobres.

Sin embargo, no todo es positivo a la hora de hablar de la innovación. Así, tal como sostiene Rojo-Gutiérrez (2019), las brechas en el conocimiento son comparables a las diferencias en ingresos entre países, y el aumento de esta disparidad en el acceso al conocimiento es un desafío que requiere atención tanto a nivel global como en términos geoestratégicos. Los países en desarrollo enfrentan problemas fundamentales, como la falta de recursos, deficiencias en educación, debilidades institucionales en la protección de la innovación, dependencia de exportaciones de productos y corrupción gubernamental, lo que les impide avanzar en el ámbito del conocimiento.

2.2. Fases del proceso de innovación

Dependiendo del tipo de innovación, las fases pueden determinarse bajo diferentes tópicos. Para Rojo-Gutiérrez (2019), las etapas de la innovación se pueden dividir en las siguientes fases:

- **Movilización de recursos e inversión.** En esta fase inicial, el progreso se logra principalmente a través de la movilización de factores y la inversión en diferentes sectores.
- **Prioridad al conocimiento y la educación.** En la etapa de innovación, se enfatiza la importancia del conocimiento y la educación como motores del desarrollo.
- **Rol del gobierno.** En esta fase, el gobierno desempeña un papel crucial al proporcionar recursos para un sistema educativo de calidad y al establecer un marco legal que incentive la creación y funcionamiento de empresas que generen nuevo conocimiento.

Desde una óptica social, según el Foro Consultivo Científico y Tecnológico (2018), la innovación puede dividirse de la siguiente manera:

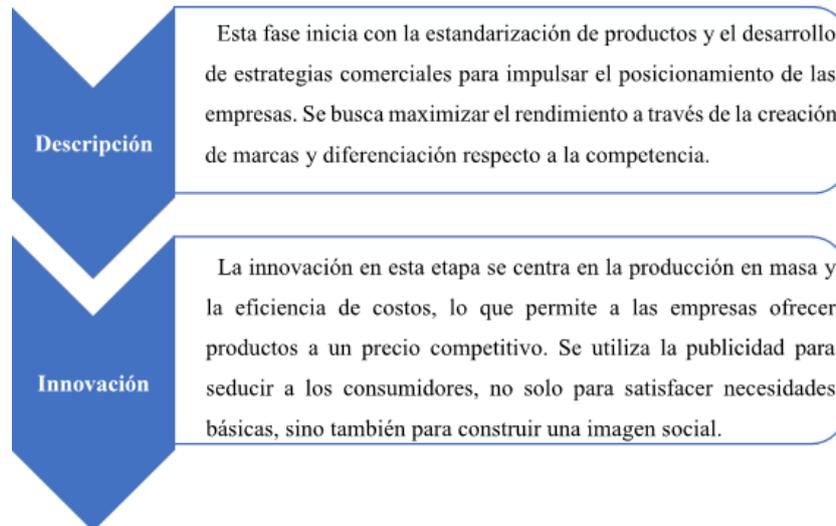
Tabla 5. Fases de innovación según el Foro Consultivo Científico y Tecnológico

| Fase | Explicación |
|-----------------------|--|
| Retos y oportunidades | La innovación social surge de necesidades, crisis o problemas no resueltos, lo que lleva a las personas a buscar soluciones alternativas. |
| Propuestas | Se generan ideas concretas para abordar los retos y problemas identificados. En esta etapa, las alianzas público-privadas son cruciales para desarrollar alternativas. |
| Experimentación | Las ideas se prueban, evalúan y ajustan a las propuestas seleccionadas en la práctica. |
| Sostenibilidad | Se busca asegurar que las soluciones propuestas sean viables a largo plazo. |
| Ampliación | Se trabaja en la expansión de las soluciones para que tengan un mayor impacto. |
| Impacto sistémico | En esta etapa, se evalúa el efecto de la innovación en el sistema en su conjunto, considerando su capacidad para generar cambios significativos. |

Nota. Adaptado del Foro Consultivo Científico y Tecnológico (2018)

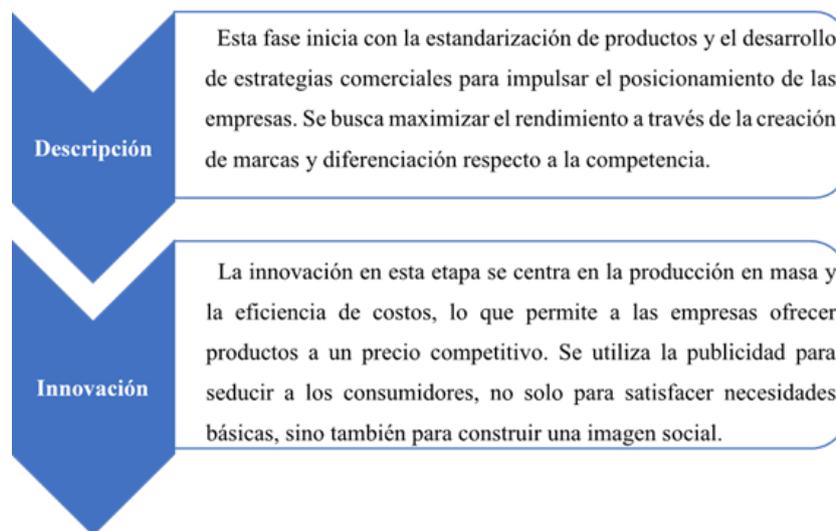
Ahora bien, desde una óptica económica, sociocultural y tecnológica y ambiental, según Fernández-Barros (2021), se pueden mencionar las siguientes fases:

Figura 2. *Primera fase de innovación: estandarización y desarrollo de estrategias comerciales*



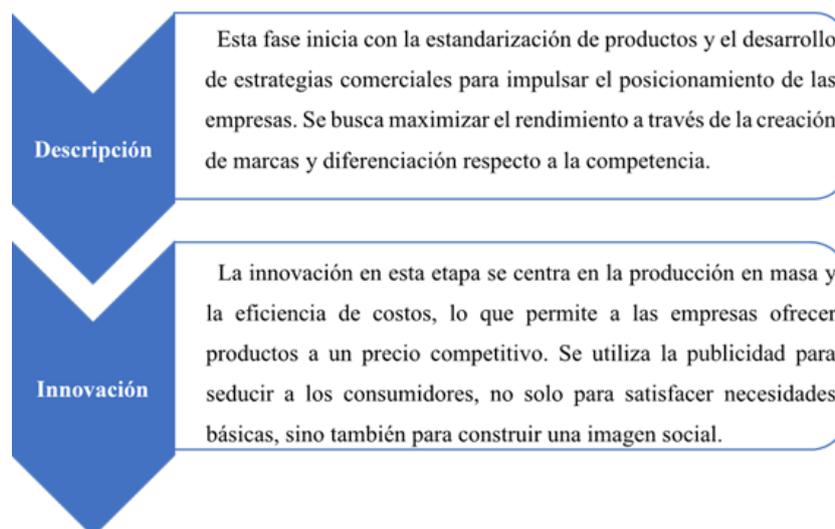
Nota. Adaptado de Fernández-Barros (2021)

Figura 3. *Segunda fase de innovación: abundancia y acceso a productos*



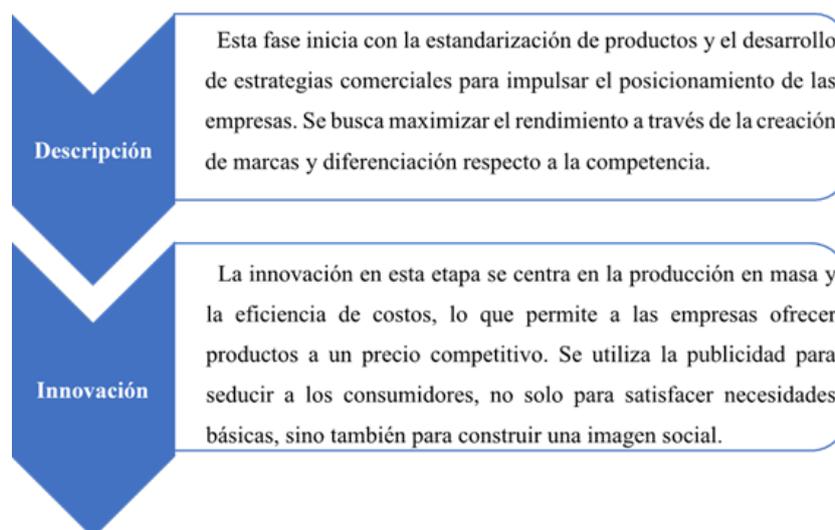
Nota. Adaptado de Fernández Barros (2021)

Figura 4. Tercera fase de innovación: hiperconsumo y eficiencia



Nota. Adaptado de Fernández Barros (2021)

Figura 5. Cuarta fase de innovación: impacto de la tecnología en el consumo



Nota. Adaptado de Fernández Barros (2021)

Estas etapas reflejan cómo la innovación ha evolucionado en el contexto del capitalismo y el consumo, adaptándose a las necesidades del mercado y a los cambios tecnológicos.

2.3. Componentes de la innovación

Como se ha podido observar hasta este punto, es importante considerar la innovación como un producto de carácter multifactorial, que puede ser visto desde las aristas de la modernidad, pero también desde lo sociocultural y ambiental. Con respecto a los componentes que la integran, Phimister & Torruella (2021) sostienen lo siguiente:

Tabla 6. Componentes de la innovación

| Componente | Explicación |
|--|---|
| Originalidad | La innovación debe presentar algo que sea verdaderamente nuevo, con el propósito de ofrecer un valor significativo a los usuarios. |
| Proceso de identificación, desarrollo y aplicación | Este elemento se refiere a la necesidad de reconocer oportunidades, crear nuevas ideas y ponerlas en práctica para generar beneficios. |
| Distinción entre innovación e invención | Es crucial entender que la innovación va más allá de simplemente inventar; se enfoca en aplicar novedades de manera que se genere valor real, en lugar de limitarse a la investigación y desarrollo sin aplicación práctica |
| Creación de nuevas oportunidades de negocio | La innovación tiene como objetivo generar ingresos adicionales, ya sea optimizando costos o desarrollando nuevas líneas de productos o servicios. |
| Transformación de enfoques | Este aspecto implica revisar y cambiar la manera en que se realizan las actividades en la empresa, cuestionando las prácticas establecidas y tomando riesgos calculados para mejorar los resultados. |
| Integración de tecnología y creatividad | Aunque la tecnología y la creatividad son componentes importantes del proceso innovador, deben ser vistas como herramientas que ayudan a innovar, en lugar de ser los objetivos finales en sí mismos |

Nota. Adaptado de Phimister y Torruella (2021)

2.4. La innovación turística

Antes de comenzar este punto, es importante aclarar que la innovación turística es un área de estudio en desarrollo, lo que indica que hay un amplio campo por explorar y mejorar. La falta de literatura en español sobre el diseño de servicios orientados a la innovación en el turismo resalta la necesidad de más investigaciones y trabajos académicos sobre esta área del saber.

La innovación turística se refiere a la introducción de nuevas ideas y tecnologías que mejoran tanto la experiencia del visitante como la gestión de los destinos turísticos (Pardo-Abad & Fernández-Portela, 2022). Para ello, es importante la colaboración entre entidades públicas y privadas para establecer un entorno rico en oportunidades y promoción de los recursos turísticos, lo cual también es un componente esencial de la innovación en el sector.

La innovación turística implica la implementación de nuevas ideas y tecnologías para enriquecer la experiencia del viajero y optimizar la gestión de los destinos (Pardo-Abad &

Fernández-Portela, 2022). Esta transformación requiere de una estrecha colaboración entre el sector público y privado, con el objetivo de crear un entorno propicio para la promoción y el desarrollo de los recursos turísticos.

Para Padilla-Díaz *et al.* (2024), en el ámbito del turismo, la innovación es crucial para mantener la competitividad, por lo que es esencial avanzar en aspectos tanto sociales como tecnológicos. Además, los autores hacen énfasis en que la adopción de tecnologías debe ser relevante y enfocada en el usuario, fomentando la colaboración entre todos los involucrados para asegurar una implementación exitosa. La implementación de nuevos elementos o mejoras beneficiará tanto a los actores del sector turístico como a las comunidades locales. Ello con el objetivo de enriquecer la experiencia del turista y fortalecer las capacidades del sector, lo que, a su vez, contribuye a aumentar la competitividad y sostenibilidad del turismo.

Ahora bien, la innovación no se limita a la creación de nuevos productos o servicios, sino que también puede abarcar diversos aspectos como destinos turísticos, tecnología, procesos operativos y modelos de negocio. Además, para que un cambio sea considerado innovador, debe tener un impacto real en la experiencia del visitante. Esto puede manifestarse, por ejemplo, en la reducción de tiempos de espera o en la oferta de precios más accesibles gracias a una mayor eficiencia, tal como sostienen Castillo-Reina y Cruz-Vásquez (2022).

En resumen, la innovación turística es un proceso que busca no solo mejorar lo que se ofrece a los turistas, sino también adaptarse a sus nuevas expectativas y necesidades en un entorno competitivo y en constante evolución.

2.5. La innovación en la mejora de los servicios turísticos

La innovación turística es fundamental para rejuvenecer la oferta turística y adaptarse a los cambios en el comportamiento del consumidor. Para Serrano-Leyva *et al.* (2023) su importancia radica en factores como los siguientes:

- **Adaptación a las tendencias.** La innovación permite a las organizaciones turísticas adaptarse a las nuevas tendencias y expectativas de los consumidores, ofreciendo experiencias memorables y personalizadas.
- **Fidelización del consumidor.** La innovación en productos turísticos puede influir en la lealtad de los consumidores, ya que los productos creativos y auténticos generan una conexión más profunda con los clientes, lo que se traduce en un mayor compromiso y repetición de compra.
- **Desarrollo de la competitividad.** En un sector tan dinámico como el turismo, la innovación es clave para mantener la competitividad. Los destinos que no innovan corren el riesgo de quedar rezagados frente a aquellos que sí lo hacen.
- **Potencial de desarrollo.** En el caso de los destinos turísticos cubanos, se menciona que poseen un gran potencial para desarrollar productos turísticos

creativos, aprovechando su patrimonio y cultura, lo que puede contribuir al crecimiento económico y a la sostenibilidad del turismo en la región.

Como se puede apreciar, la innovación turística es esencial para la evolución del sector, la satisfacción del cliente y la sostenibilidad a largo plazo de los destinos turísticos.

Ahora bien, la innovación en el sector turístico ha cobrado gran relevancia en los últimos años, impulsada por la necesidad de adaptarse a un entorno cambiante y a las expectativas de los consumidores. A continuación, se presentan las principales áreas de innovación que han surgido en la mejora de los servicios turísticos:

Tabla 7. Áreas de innovación en los servicios turísticos

| | |
|--|--|
| Innovación en destinos turísticos inteligentes | Los destinos turísticos inteligentes (DTI) se han convertido en un enfoque clave para la gestión de la innovación. Estos destinos emplean las TIC para mejorar la experiencia del visitante y optimizar la gestión de recursos. La investigación indica que la innovación en DTI no solo se centra en la tecnología, sino que también abarca aspectos sociales y organizacionales que son cruciales para el desarrollo sostenible del turismo. |
| Cocreación de experiencias | La cocreación de experiencias se ha identificado como una estrategia fundamental para la innovación en el turismo. Este enfoque implica la colaboración entre turistas y proveedores de servicios para crear experiencias únicas y personalizadas. La literatura sugiere que la innovación en el turismo debe ser vista como un proceso que involucra a múltiples actores, lo que permite una mayor satisfacción del cliente y una oferta más diversificada. |
| Uso de tecnologías de información | El uso de tecnologías de información ha transformado la forma en que los turistas interactúan con los servicios. La digitalización permite a las empresas turísticas ofrecer información en tiempo real, facilitar reservas y mejorar la comunicación con los clientes. Un estudio destaca que las redes sociales son herramientas efectivas para la difusión de nuevos productos turísticos, lo que contribuye a la creación de experiencias innovadoras. |
| Barreras para la innovación | La falta de apoyo gubernamental y la escasa colaboración entre los diversos actores del sector son desafíos significativos. La investigación muestra que estas barreras pueden afectar negativamente a la competitividad y el crecimiento de las empresas turísticas, lo que resalta la necesidad de un entorno favorable para la innovación. |

| | |
|---|--|
| Sostenibilidad y responsabilidad social | La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental de la innovación en el turismo. Las empresas están cada vez más enfocadas en desarrollar prácticas que no solo mejoren la experiencia del cliente, sino que también respeten el medioambiente y las comunidades locales. La innovación turística debe, por tanto, integrar la sostenibilidad como un componente clave en el desarrollo de nuevos servicios y productos. |
|---|--|

Nota. Adaptado de Vera-Vera *et al.* (2024), Castillo-Reina y Cruz-Vásquez (2022), Pantoja *et al.* (2024)

En conclusión, la innovación en los servicios turísticos es un proceso multifacético que abarca desde el uso de tecnologías avanzadas hasta la cocreación de experiencias y la sostenibilidad. Para que el sector turístico continúe evolucionando, es esencial abordar las barreras existentes y fomentar un entorno colaborativo que permita la implementación de soluciones innovadoras.

2.6. Innovación turística y tendencia tecnológica

La adopción de nuevas tecnologías en el turismo es un tema de gran interés académico. Estudios recientes, como los realizados por Castillo-Reina y Cruz-Vásquez (2022) y Cortés-Bello *et al.* (2020), han abordado este fenómeno desde diversas perspectivas, enriqueciendo la comprensión de la innovación en este sector:

Tabla 8. *Perspectivas y tendencias tecnológicas*

| Perspectiva | Explicación |
|--|---|
| Innovación en la experiencia turística | La innovación turística se define como los cambios en el producto, proceso, distribución, organización, los mercados y el mercadeo que contribuyen a la “experiencia turística” y que han sido introducidos en un periodo de tiempo relevante. Para ser considerada una innovación, estos cambios deben tener un efecto significativo en la experiencia del turista, ya sea a través de una reducción de precios por mayor eficiencia, una disminución en los tiempos de espera, etc. |

| | |
|--|--|
| Participación de los usuarios en la innovación | <p>Algunas metodologías identifican dos formas de participación de los usuarios en la innovación turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como sujetos pasivos proveedores de información • Como activos codesarrolladores <p>La información recopilada en internet, lejos de ser una amenaza, es una oportunidad para ajustar el servicio y la experiencia a las necesidades del turista, disminuyendo la incertidumbre al momento de innovar.</p> |
| Rol del Estado en la promoción de la innovación | El Estado puede jugar un papel importante en la promoción de la innovación turística, a través de la generación de espacios de intercambio y cooperación entre empresas, así como programas que faciliten la adopción de sistemas ágiles de innovación por parte de las pymes. Esto sin dejar de lado su responsabilidad en la provisión de bienes públicos necesarios para el turismo. |
| Innovación tecnológica como factor de competitividad | La incorporación de innovaciones tecnológicas viene transformando completamente el mercado de los viajes, modificando las formas de hacer publicidad, interactuar con clientes, comercializar productos y servicios, influir en consumidores y obtener <i>feedback</i> de experiencias. Es clave que las empresas turísticas incluyan estas innovaciones en su planeación estratégica para aumentar su competitividad, credibilidad y asegurar su crecimiento y permanencia en el mercado. |

Nota. Adaptado de Castillo-Reina y Cruz-Vásquez (2022) y Cortés-Bello *et al.* (2020)

En resumen, la innovación turística, especialmente aquella impulsada por las nuevas tecnologías, es un factor crítico para mejorar la experiencia del turista, aumentar la competitividad de las empresas y destinos, y promover un desarrollo sostenible del sector. El rol del Estado y la participación activa de los usuarios son elementos clave para fomentar este proceso de innovación.

2.7. Tendencias del turismo de aventura

Llegados a este punto, es importante hacer notar las tendencias tecnológicas e innovación en el turismo de aventura. La Adventure Travel Trade Association menciona las siguientes tendencias (Gobierno de México, s.f.):

Tabla 9. Tendencias del turismo de aventura

| Tendencia | Sustento |
|---------------------------|--|
| Personalización de viajes | <p>Se observa un aumento en la demanda de experiencias personalizadas, lo que implica que los operadores turísticos están utilizando tecnología para ofrecer itinerarios y actividades adaptadas a las preferencias individuales de los turistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias a la medida: La personalización va más allá de simplemente adaptar itinerarios. Los turistas buscan experiencias únicas y auténticas que reflejen sus intereses y valores. • Inteligencia artificial: Herramientas de IA pueden analizar grandes cantidades de datos sobre los viajeros para crear recomendaciones altamente personalizadas, desde destinos hasta actividades y alojamientos. • Realidad virtual y aumentada: Estas tecnologías permiten a los turistas visualizar y experimentar un destino antes de visitarlo, aumentando la emoción y la planificación. |
| Actividades <i>soft</i> | <p>Hay un creciente interés en actividades de aventura que son menos extremas y más accesibles, lo que puede estar impulsado por la tecnología que facilita la planificación y la reserva de estas experiencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad: Las actividades <i>soft</i> abren la puerta a un público más amplio, incluyendo familias y personas con menos experiencia en deportes de aventura. • Bienestar y salud: Estas actividades a menudo se vinculan con beneficios para la salud física y mental, lo que atrae a viajeros que buscan experiencias regenerativas. • Turismo lento: La tendencia hacia viajes más pausados y conscientes se alinea perfectamente con las actividades <i>soft</i>, que permiten explorar un destino a un ritmo más relajado. |

| | |
|--|--|
| <p>Interés por experiencias culturales</p> | <p>La tecnología también permite a los turistas acceder a información sobre la cultura local y participar en experiencias que fomentan la interacción cultural, lo que es una tendencia creciente en el turismo de aventura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo comunitario: Los turistas buscan interactuar con las comunidades locales, aprender sobre sus costumbres y tradiciones, y contribuir al desarrollo económico local. • Autenticidad: La búsqueda de experiencias auténticas está impulsando la creación de productos turísticos que respeten la cultura y el patrimonio local. • Turismo responsable: Los viajeros son cada vez más conscientes del impacto de sus viajes y buscan experiencias que sean respetuosas con el medioambiente y las comunidades locales. |
| <p>Conexión con la naturaleza y sostenibilidad</p> | <p>La tecnología se utiliza para promover prácticas de turismo sostenible, ayudando a los destinos a gestionar sus recursos naturales de manera más efectiva y a atraer a turistas que valoran la sostenibilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo: El ecoturismo sigue siendo una tendencia importante, con los viajeros buscando destinos naturales y actividades que minimicen su impacto ambiental. • Turismo sostenible: Los operadores turísticos están adoptando prácticas sostenibles para reducir su huella de carbono, conservar los recursos naturales y apoyar a las comunidades locales. • Biofilia: La conexión innata de los humanos con la naturaleza está impulsando la demanda de experiencias que permitan a los viajeros reconectarse con el mundo natural. |

Nota. Adaptado de Gobierno de México (s. f.)

Estas tendencias reflejan cómo la innovación y la tecnología están influyendo en el desarrollo del turismo de aventura, permitiendo a los operadores turísticos adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores y mejorar la experiencia del viajero.