

Autor: Mtra. Patricia Domínguez Silva, Profesor Titular del Departamento de Turismo, UDLAP.



Espacio en el que ha aparecido el artículo y fecha en que ha sido publicado: e-consulta (15-05-2018).

Dando continuidad al tema de Destinos Inteligentes, en esta colaboración tocaremos el tema de la Innovación. Sin lugar a dudas de igual importancia que el eje Tecnológico, y en mi opinión el gran reto de los destinos mexicanos, pues introduce a los destinos el necesario replanteamiento de todo el sector turístico, partiendo del turista como eje central e inspirador; es la disrupción turística. Este cambio de paradigma implica nuevos modelos de negocio empresariales, esquemas distintos de comunicación, y ante todo buscas el bienestar de los turistas en todos los sentidos.

Los destinos turísticos que no tengan en cuenta la necesidad imperante de innovar y no tengan capacidad de adaptación ante esta nueva realidad, los expertos afirman que en el tiempo y de manera progresiva perderán su posición en el mercado. Gran dilema, pues el innovar supone alterar la naturaleza de las cosas, cambiar o modificar lo existente con el fin de incrementar valor, brindar ofertas turísticas diferenciadoras. La innovación por supuesto que tiene que ser rentable para las organizaciones, por lo cual ésta debe generar o bien un flujo mayor de visitantes o un ingreso superior.

Pensando en el sector del turismo, nuestros visitantes, una consideración esencial que tienen en mente los gestores del destino y el tejido empresarial, es incrementar la fidelidad y gasto promedio a través de la innovación. Suele encontrarse por norma, que la innovación se asocia a las TIC, si bien es cierto se debe hacer una reflexión en la innovación que permita mejoras en la promoción, distribución y comercialización de servicios, con productos más personalizados y alineados a los viajeros. Otra cara de la innovación es en los procesos de trabajo dentro de las organizaciones turísticas.

Si tomamos como base la definición de innovación como “cualquier cambio basado en el conocimiento capaz de generar valor”, se comprende que involucra valor en las empresas, valor en los turistas y, por supuesto, valor para los destinos y el territorio donde se localiza éste. En ocasiones innovar puede resultar al inicio complejo o confuso, pero un buen inicio es cuestionarlo todo con la voluntad de

transformar, mejorar, cambiar productos y servicios turísticos para generar más valor económico, social, medioambiental, y humano.

Algunos elementos que determinan el sentido y la fuerza de la innovación en el sector turístico se pueden indicar a la competencia y por supuesto la evolución del mercado: no queda otro camino más que innovar, que por cierto es una ruta de éxito hacia la consolidación del destino turístico. En particular, no contemplo un destino inteligente con ausencia de innovación, estaríamos ante una utopía.

Otra particularidad del sector en relación a la innovación es la conformación del sector turístico en México, si bien tenemos en el territorio nacional grandes corporativos internacionales, sabemos que aproximadamente el 60 por ciento del tejido empresarial son pequeñas y medianas organizaciones, muchas de ellas familiares, con plantillas de personal y presupuestos restringidos, por lo cual la innovación en muchas ocasiones surge como respuesta a necesidades muy concretas que buscan resolver los problemas que se presentan día a día, y no son el resultado de la puesta en marcha de departamentos de I+D+i, o bien de grupos especializados de trabajo. Para esta tipología de empresas en ocasiones considerar la consultoría en temas de innovación, al parecer sale de su esquema de trabajo. Sin embargo, el innovar debe ser un “*must*” para todas las organizaciones en un destino inteligente, no importa el tamaño de ésta. Recordemos que debemos reinventarnos constantemente en un destino inteligente.

Tags: Innovación, destinos inteligentes, CIEF, Centro de Investigación de Empresas Familiares, UDLAP, Universidad de las Américas Puebla, Patricia Domínguez Silva.

Acerca del autor: Profesor Titular del Departamento de Turismo. Candidato a Doctor en Urbanismo por la Universidad Complutense de Madrid en el área de Patrimonio Cultural y Turismo. Con estudios de posgrado en Administración de Empresas, Dirección de Hoteles, y Producción Técnica. Ha escrito resultados de sus investigaciones en revistas nacionales e internacionales arbitradas. Ha participado en diversos foros nacionales e internacionales en temas de Turismo Cultural. Fue Directora de Turismo de la Ciudad de Puebla. Forma parte del equipo de consultores de UDLAP-Consultores donde ha sido líder de proyectos vinculados con Productos Turísticos y Capacitación online. Dirige el Observatorio Turístico de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial.