

01

Fecha de presentación: octubre, 2018

Fecha de aceptación: diciembre, 2018

Fecha de publicación: febrero, 2019

LA INNOVACIÓN

EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: UNA APROXIMACIÓN AL SECTOR
HOSPEDAJE DE SALINAS

INNOVATION IN TOURISTIC ACTIVITY: AN APPROACH TO THE SALINAS LODGING SECTOR

Jhony Yumisaca Tuquinga¹

E-mail: jyumisaca@upse.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7086-1963>

Efrén Mendoza Tarabó¹

E-mail: emendoza@upse.edu.ec

Verónica Benavides Benítez¹

E-mail: vbenavides@upse.edu.ec

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4360-6032>

¹ Universidad Estatal Península de Santa Elena. Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Yumisaca Tuquinga, J., Mendoza Tarabó, E., & Benavides Benítez, V. (2019). La innovación en la actividad turística: una aproximación al sector hospedaje de Salinas. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 7-14. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

RESUMEN

Esta investigación aborda la innovación del sector de hospedaje como un factor de competitividad en el balneario turístico Salinas. El aspecto metodológico se dividió en dos fases, en primera instancia, la investigación se inició con la exploración de datos secundarios y como consecuencia de esto se estructuró los instrumentos viables para determinar la información primaria. La segunda fase se centró en el estudio de campo, que mediante un censo se recopiló información respecto a características de innovación a todos los establecimientos de hospedaje del cantón Salinas; por tanto, para el levantamiento de información se visitó cada uno de los establecimientos de acuerdo a las direcciones establecidas en el catastro del ministerio de Turismo de Santa Elena. Como resultado se ha logrado determinar los aspectos de innovación incremental y tecnológica considerados en el sector hospedaje de Salinas.

Palabras clave: Competitividad, innovación tecnológica, estacionalidad turística.

ABSTRACT

This research addresses the innovation of the hosting sector as a factor of competitiveness in the Salinas touristic resort. The methodological aspect was divided into two phases, in the first instance, the investigation began with the exploration of secondary data and as a consequence of this, the viable instruments were structured to determine the primary information. The second phase, focused on the field study, which through a sensor was collected information regarding innovation characteristics to all lodging establishments in the canton of Salinas. Therefore, for the collection of information, each of the establishments was visited according to the directions established in the cadastre of the Ministry of Tourism of Santa Elena. As a result, it has been possible to determine the aspects of increment and technological innovation considered in the lodging sector of Salinas.

Keywords: Competitiveness, technological innovation, touristic seasonality.

INTRODUCCIÓN

El turismo internacional sigue creciendo por encima de las expectativas. Según la Organización Mundial de Turismo (2017), los destinos en el mundo recibieron 1.235 millones de turistas internacionales al finalizar el 2016, generando ingresos 1.4 billones de dólares y un aporte al PIB mundial del 10%.

Las estadísticas confirman que el turismo resulta ser un sector importante para Ecuador, sin embargo, la distribución de demandantes en los diferentes destinos se relaciona con la competitividad del talento humano, uso efectivo de la tecnología y apoyo de la ciencia en los procesos dentro del ciclo de vida.

La movilidad turística alcanzó 1.617.914 ingresos de extranjeros al finalizar el 2017, permitiendo el desarrollo y equilibrio en la balanza de pagos con ingresos de 1.204.5 millones de dólares, ubicando a esta actividad en el tercer lugar dentro de las exportaciones no petroleras (Ecuador. Ministerio del Interior, 2018). No obstante, la llegada de 915.376 visitantes a Santa Elena al finalizar el 2016, implicó un 7,4% del total de viajes nacionales, siendo Salinas uno de los principales destinos que recibió el 51,02% (467.025 viajeros) de este total, que se han motivado por vacaciones, recreo, ocio, visita a familiares entre otros (Ecuador. Ministerio del Turismo, 2017).

Pero, la preferencia de la demanda por el destino Salinas en la provincia de Santa Elena, está estrechamente relacionado por los factores pull-up y push-on. En el primer caso por la fortaleza del producto que en sí es capaz de atraer demandantes, mientras que en el segundo caso, se enfatiza en el uso de elementos tecnológicos tanto en la comunicación y comercialización; siendo este último aspecto altamente incidente en la llegada de los visitantes y en la desestacionalización del destino, que a decir Carruitero (2010), es un fenómeno que está asociado a la concentración de la demanda turística, de manera desproporcionada, lo que se concreta en la existencia de períodos picos y valles, conocidos como temporada alta y baja.

En el sector de servicios las innovaciones no pueden ser protegidas con patentes o copyright, de manera que la verdadera ventaja competitiva de las empresas turísticas se basa en la continua creación de conocimiento (Pulido, 2013)

Sin embargo, esta problemática es tratable desde varios enfoques, y una de las más importantes es la innovación tecnológica y no tecnológica, pues la innovación desde el punto de vista tecnológico e industrial se relaciona con la aplicación de una nueva o significativa mejora en un

producto o proceso, un nuevo método de organización en las prácticas de negocio, lugar de trabajo y en las relaciones externas (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2009).

Este estudio se orienta a: 1) comprender la importancia de la tecnología como innovación en el desarrollo y competitividad turística, 2) se analizar y aplican las diferentes categorías de innovación al sector hospedaje de este balneario.

El estudio se ha realizado desde la reflexión de la situación de la práctica.

DESARROLLO

Muchas investigaciones han centrado sus estudios en las actividades de innovación son frecuentes en las industrias y/o instituciones financieras, pero hasta ahora son pocos los que se han dedicado a estudiar las actividades de innovación en las industrias de servicio (Yuan Lu & Jui Tseng, 2010).

Las empresas de servicios han subestimado la importancia de la innovación, y aunque se ha ido avanzando en el tema, quedan muchas áreas por abarcar (Decelle, 2004), sobre todo en el Sector Turismo, la innovación tecnológica es un aspecto que aún no ha sido suficientemente estudiado.

Se reconoce que las propias características de esta actividad se dificulta su estudio, pero se advierte que ella como pocas áreas ha sido y es generadora de innovaciones (no-tecnológicas) que le han permitido crear, implementar y/o elevar la eficiencia de sus procesos. Esta consideración obliga a la utilización de un enfoque propio para su análisis, del proceso de innovación (Rodríguez, 2009).

La relación entre el turismo e innovación han provocado un cambio organizativo radical en la industria turística, transformando y acelerando tanto los procesos de las empresas como la forma de interactuar con el cliente y de comercialización de productos turísticos.

Desde hace algunos años a pesar de que los avances dados la innovación en el turismo se limita aún, en la mayoría de los casos, a la utilización de la tecnologías asociada a la creación de y promoción de productos turísticos más personalizados y servicios inteligentes que les proporcionen información de alta calidad, personalizada, en cualquier momento y en cualquier lugar - y de ser posible en tiempo real- la innovación en la actividad turística se reconoce como un desafío permanente para la calidad del proceso,

Las demandas de más servicios, más rapidez de intervención, más opciones, y al mismo tiempo clientes que exigen una mayor diversidad de destinos que integren servicios más completos, más flexibles y más adaptables, está gestando la dinámica de los procesos mediante la tecnología vinculada al desarrollo de las tecnologías, que ligados a la globalización permiten evolucionar sin límite alguno,

Este hecho conlleva a adoptar una perspectiva diferente de la innovación en el campo del turismo. Las consideraciones al respecto se incluyen a continuación.

La ciencia y la tecnología, a partir del siglo XXI condicionan las formas de vida humana en el planeta, generando cambios en muchas áreas, así como en el turismo. El desarrollo científico y tecnológico es uno de los factores más influyentes sobre la sociedad contemporánea, de hecho, el turismo como una importante herramienta que dinamiza las economías de muchos sectores, sería impensable su desarrollo sin el avance de la ciencia y la tecnología, es decir sin la innovación tecnológica.

El sector turístico debe enfrentar alta competitividad, necesita de constantes innovaciones, desarrollo científico y tecnológico que conduzca al sector a un posicionamiento en el mercado, con oportunidades de negocios altamente rentables, además de los beneficios para sus involucrados.

En el campo turístico la ciencia ofrece posibilidades de comprender el fenómeno de movilidad social, entender su fuerza productiva y sus impactos. Según Nuñez (1999), la función de la ciencia se vincula a la adquisición de conocimientos, al proceso de conocer la verdad. La ciencia se desenvuelve en el contexto de la sociedad, de la cultura, e interactúa con sus más diversos componentes de donde se desprende la tecnología.

La tecnología aplicada al turismo constituye un conjunto de conocimientos científicos y empíricos, habilidades y experiencias para producir, distribuir y utilizar bienes y servicios; en este concepto incluye elementos importantes como conocimientos teóricos, prácticos, medios físicos, knowhow, procedimientos gerenciales y organizativos, identificación y asimilación de éxitos y fracasos anteriores, capacidades y destrezas de los recursos humanos.

De este modo el sector turístico se encuentra fortalecido por la innovación no tecnológica y la tecnológica que están estrechamente relacionadas con la ciencia y la tecnología, que permite acceder a un mayor número de posibilidades e inclinarse a las tendencias de los mercados.

La innovación tecnológica ha transformado la gestión y la práctica turística, al tiempo que este sector se ha convertido en uno de los más grandes a nivel mundial, siendo evidente el papel que juega la innovación en la práctica del turismo y en la eficiencia de la gestión y entrega del servicio. Ante esta situación, todos los actores requieren orientar su modelo de gestión en las necesidades de sus clientes, pudiendo afrontar de esta forma los cambios constantes del mercado turístico.

La innovación tienen en este sector un carácter multidisciplinario que no solo se centran en los aspectos de oferta sino también en su impacto y consecuencia para la sociedad y el medio ambiente, agregando que el vertiginoso desarrollo contemporáneo ha planteado importantes desafíos sociales, éticos y legales (López, 2001).

En el sector turístico, es evidente que la innovación se constituye en un instrumento práctico tanto para el demandante y ofertante, por lo tanto, la asimilación de la innovación en el turismo se constituye un proceso racional y sistemático, que requiere de planificación y capacitación del personal, que asegure el uso de la tecnología en la comunicación, transacción y operación turística.

La incidencia de la innovación en la sociedad y en los sectores productivos es de gran intensidad y el sector turístico está bajo la influencia de la misma, por lo tanto, cualquier emprendimiento turístico independientemente de la tipología apoya en la innovación tecnológica y no tecnológica.

La innovación no tecnológica dentro del campo turístico es importante por la estrecha relación existente entre la producción, la distribución, la comunicación y el consumo, que requieren del uso tecnológico a pesar de que el factor humano en la provisión de servicios demuestre innovaciones no tecnológicas (Jacob, Tintoré, Aguiló, Bravo & Mule, 2003). Por estas razones se requiere de adaptaciones importantes a efecto de generar innovaciones propias que hagan de las empresas y destinos turísticos competitivos en el mercado.

En este sentido, las Tecnologías de la Información y la Comunicaciones (TIC), juegan un papel importante en la práctica de la actividad turística, en la eficiencia de los servicios y gestión de los destinos, por tal razón, las TIC han sido catalizadores importantes de los cambios experimentados en la industria en los últimos 30 años, en estas condiciones, está claro que la tecnología vuelve a ocupar un lugar central de debate en la sociedad moderna, como hace tres siglos ocurrió con la máquina de vapor y la Revolución Industrial (Rodríguez & Rubira, 2014).

La razón fundamental para que el turismo se enfoque en el uso de las tecnologías, es el hecho que la actividad esta globalizada, por tanto, está sujeta a condiciones bajo las cuales una parte creciente del valor y la riqueza es producida y distribuida mundialmente por un sistema de redes de comunicaciones tecnológicas y comerciales internacionales (Mortimore, 1994).

En este sentido, el uso de la tecnología permite promocionar y comercializar servicios y productos sin límite alguno, crear oportunidades amplias que deben ser aprovechadas por los ofertantes turísticos y subsectores afines, permitiéndoles obtener ventajas competitivas con rapidez en comunicación, reducción de costos e información actualizada en tiempo real, todo dirigido a la satisfacción de las necesidades primordiales de los turistas (De Pablo, 2004).

De la misma forma el uso de las TIC resulta fundamental por la presencia de nuevos consumidores, con capacidad de generar contenidos, opiniones y comentarios sobre los productos o servicios de una empresa o destino turístico y que son compartidos en tiempo real en una comunidad con gustos en común.

Gracias a la interactividad de la red, estos nuevos usuarios se convierten en poderosos líderes de opinión cuyas ideas pueden favorecer o dañar la imagen de una marca (Giibets, 2013).

Desde esta perspectiva se entiende que el turismo como actividad social se apoya de la innovación constante y esto permite analizar la relación y actuación de los turistas alrededor de la ciencia y tecnología también. Estas se convierten en un instrumento de desarrollo social, capaz de incidir en la producción, servicios, economía y en la cultural; aspectos que encajan perfectamente con la actividad turística, ya que se requiere de una visión amplia para compaginar con culturas diferentes.

Esta perspectiva implica una transformación de los procesos de oferta y demanda, es decir, en el caso del turismo donde se forja una diversidad de servicios se genera una interconectividad con la calidad, que en la sociedad del conocimiento de hoy, ello significa que la ciudadanía debe incluir la capacitación y la instrucción dentro de los principios científicos básicos (Redington, 2010).

Cierto es que la innovación en el Sector Turismo es un aspecto que aún no ha sido suficientemente estudiado, que tiene características que dificultan su estudio, y que tiende a generar innovaciones no-tecnológicas que le permiten crear, implementar y/o eficientar procesos de producción (Rodríguez, 2009).

Hijalage (2001), indica que por la naturaleza del Sector Turismo las grandes empresas turísticas implementan de manera más rápida las nuevas ideas lo que no siempre origina confianza entre las empresas de este sector, al no contar con los argumentos para asegurar que los cambios sean factibles.

Sin embargo, estas empresas también tienen que participar del desafío que representa la competitividad en esta época, cuando la innovación les muestra retos sobre todo vinculada a la introducción de innovaciones tecnológicas y no tecnológicas esenciales.

En este marco es necesario enfatizar en la necesaria apertura a la invocan tecnológica que propicia la accesibilidad y diversidad de los servicios que se oferten en el sector turístico, facilitando la ampliación y mejora de los servicios turísticos.

En la actualidad el sector turístico tiende a incorporar la innovación asociada el desarrollo e implementación de aplicaciones apoyadas en dispositivos móviles y sistemas de información geográfica, se plantea como una novedosa forma de acceso a los elementos de carácter turístico.

Estos dispositivos ayudan a dinamizar el turismo en la zona en la que se implementen ofreciendo a los turistas tradicionales una forma de acceso basada en un modelo innovador que optimiza la información que se posee de un determinado punto de interés turístico y que muchas veces resulta muy difícil de hacer llegar al turista sobre todo cuando se refiere a los temas histórico, culturales una promoviendo por esa vía un catálogo de destinos, servicio para la elaboración de un amplio catálogo de servicios y contenidos con información geográfica.

De este modo se entiende que un gran número de tecnologías, permitirá ofrezcan un catálogo de servicios cada vez más completo que ampliará la disposición de un mayor número posible de personas el uso estos productos.

En este marco la creación de plataformas que integre bajo el mismo sistema a un gran número de tecnologías: unas de conocido uso (GPS, GPRS, UMTS, Bluetooth) y otras emergentes (RFID permitirá explotar una serie de servicios que pueden ser implementados con gran eficiencia.

Sin embargo, el estado actual en Ecuador, revela que aun la utilización de las tecnologías en las ofertas turísticas es limitada y fragmentada. Es evidente que la mayoría de los mismos no hacen uso de las nuevas tecnologías y aquellos que las usan, lo hacen tan sólo parcialmente desaprovechando todo el potencial que éstas ofrecen y sin el nivel de integración necesario para constituir una verdadera plataforma integral.

Así cualquier propuesta de cambio que coloca en el centro del proceso la innovación de procesos en la gestión turística precisa determinar las características y posibles brechas con la finalidad de conformar el marco para promover soluciones y generar la toma de decisiones

Para la realización de esta investigación se desarrolló en dos etapas; una primera fase, la investigación se inició con la exploración mediante cuestionarios, guías de observación y entrevistas elaborados en el marco de los proyectos de estudios turísticos que se desarrollan a en la carrera en la Universidad estatal Península de Santa Elena

La segunda fase se centró en el estudio de campo, que permitió recopilar información respecto a características de innovación de los establecimientos de hospedaje del cantón Salinas.

Por tanto, para el levantamiento de información se visitó cada uno de los establecimientos de acuerdo a las direcciones establecidas en el catastro del ministerio de Turismo de Santa Elena; dicho trabajo se efectuó con la participación de estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Santa Elena, efectuados en dos fines de semana correspondientes de al mes de diciembre del 2017.

Paralelamente al crecimiento del turismo en el país, la provincia de Santa Elena se encuentra en un sitio importante como destino de llegada de mayor afluencia de las 24 provincias existentes, sin embargo, debido a que el turismo tiene como característica principal enfocarse en el tiempo y espacio, los diversos polo de concentración turística, entre ellas Salinas, se enfrentan al fenómeno de estacionalidad, en el que claramente se aprecian un patrón con periodos altos donde hay mayor flujo turístico y temporada baja donde las visitas se reducen.

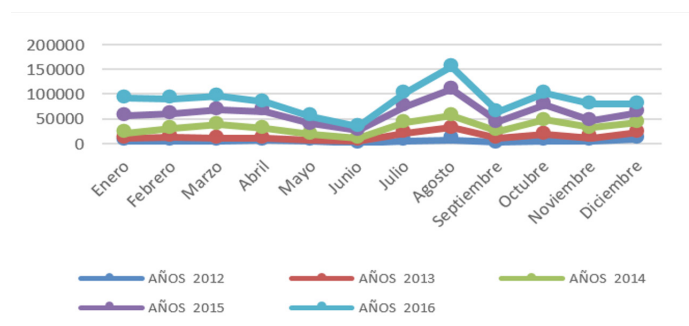


Figura 1. Patrón de estacionalidad turística en Salinas.

Fuente: Ecuador. Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena (2017).

La temporada pico (agosto, octubre y abril) conlleva a vivir algún tipo de saturación en el destino, evidenciando congestión en el tráfico vehicular, ruido y desechos; mientras que en la temporada baja (junio, septiembre y noviembre) es diferente, corroborando a lo que Magadàn & Rivas (2012), mencionan sobre carencia de turistas, cierre de los negocios, disminución de empleos y con ello sus respectivas consecuencias en cadena.

Si bien es cierto, la estacionalidad se genera por factores naturales y factores institucionales, sin embargo, en el caso de Salinas, la parte ofertante también contribuye a la misma por falta de innovación, que es fundamental al momento de hacer de un destino competitivo.

La innovación tiene una incidencia directa en la competitividad de Salinas, por lo que la generación de nuevos conocimientos (ciencia) y la aplicación de la misma a través de la tecnología (innovación tecnológica) y la gestión de innovación incremental o no tecnológica deben ser constantes.

La tecnología global ha dejado de ser incipiente, la construcción de páginas web 3.0, el uso de centrales de reserva, sistemas de distribución global, softwares de reservas, de gestión gerencial, de proyecciones, entre otros

Pero, el desarrollo turístico de este balneario transita su ciclo de vida enfocado en esfuerzos individuales y con poco sustento de la innovación tecnológica en el sentido de que no se ha logrado dinamizar la actividad en base a conocimientos logrados y difundidos en el campo turístico.

La innovación puesta al servicio de los demandantes de servicios es muy común en estos días, aunque esta no se refleje de igual forma en todos los destinos, los ofertantes en Salinas no están en las mismas condiciones a la hora de innovar en base a los conocimientos que la ciencia ha ido descubriendo y colocando al servicio de este sector económico muy importante para nuestro país.

Sin embargo, la aplicación de los distintos Softwares y equipos tecnológicos creados para las empresas implicadas en la actividad, en el sector hospedaje en el balneario Salina han pasado por desapercibido en su gran mayoría, lo que implica que el sector ofertante no está evolucionando al mismo ritmo que el sector demandante de estos servicios.

De este modo Salinas vive una realidad muy distinta a destinos competidores, mientras estos últimos están enfocando en ser destinos inteligentes, la realidad de este balneario no pasa más allá de ofertas con servicios de internet y tv por cable, que en realidad son muy básicas y

útiles, pero, no permite encaminar hacia la competitividad turística.

Si bien es cierto, la exigencia de los demandantes que en su mayoría son nacionales son básicas, esto no implica que la oferta actual se prepare para enfrentar las distintas problemáticas, para lo cual debe enmarcarse en el uso de tecnologías eficientes que en la actualidad es común en destinos competitivos.

Por tanto, el análisis que se presenta sobre la innovación en el sector de hospedaje de Salinas, muestra una realidad sobre la que la cual se debe actuar en el tiempo y espacio. El tiempo de operación (6 – 10 años) del 43% de los establecimientos podría ser un factor para no incurrir en innovaciones fuertes.

Los establecimientos de alojamiento que en su mayoría corresponde a la categoría de hoteles (63%), reconocen a la innovación como un instrumento que incrementa la capacidad competitiva de la empresa (46%); mejora la calidad de vida de sus clientes y empleados (21%); contribuye a la sostenibilidad de la empresa (13%) y, aporta a los objetivos de desarrollo organizacional (21%).

La innovación de los establecimientos se refleja en: inversiones en infraestructuras arquitectónicas amigables y/ o temáticas (51%); formación continua del personal (16%); penetración en nuevos mercados (12%) y; uso de normas y estándares de calidad (21%); en este contexto, se evidencia que las innovaciones y no tecnológicas son las de mayor consideración al momento de pensar en innovación.

Los establecimientos de hospedaje de Salinas consideran como parte de su innovación a la introducción de nuevos servicios tales como: programas de fidelización (51%); alojamientos sostenibles (20%); eventos basados en tradiciones locales (21%); servicios de babysitter (1%) y; show cooking (7%).

La innovación en estos establecimientos permite mejorar la estructura organizacional (45%); actividades y procesos eficientes en la empresa (16%); nuevas relaciones con agentes locales y externos (13%); generar alianzas estratégicas (12%); colaboración con organizaciones públicas y privadas (9%); y, trabajo en red a través de pertenecer a un gremio (6%). La colaboración entre organizaciones, representadas en alianzas y conformación de redes es muy débil en este destino turístico, esto se puede evidenciar en la carencia de un sistema de gestión de destinos (SGD) y los escasos incentivos financieros.

De alguna forma los establecimientos se enfocan también en innovaciones tecnológicas, representadas en: nuevos métodos de comercialización como el streetmarketing (15%); acciones de venta en redes sociales (78%) y venta de experiencias con smartbox (8%).

En general son varias las innovaciones de tipo no tecnológico usadas por el sector hotelero en el intento de lograr la satisfacción de los clientes, la mayoría de los esfuerzos se encaminan a ofrecer calidad en sus servicios (38%); atención personalizada (37%); organización y planificación (16%); y, estrategia de fidelización en un 9%, quedando claro que el aspecto de tecnología no es relevante.

Se puede evidenciar que las innovaciones en el sector prestador de servicios se inclinan por aquellas de tecnología incremental, ya que actúan bajo pequeños cambios en los procesos de servicio en muchos casos ya desarrollados.

En efecto, es notoria la prioridad que se le concede a las innovaciones no tecnológicas representadas en ampliación de infraestructuras, formación continua del personal, actualización de normas de calidad, intenciones de penetrar en nuevos mercados sin hacer caso a la diversificación.

En Salinas son insignificantes las innovaciones asociadas a nuevas inversiones so emprendedores, alianza, productos la creación e integración de atractivos que permitan redefinir el uso de infraestructuras o ampliar las que se poseen.

En realidad, existen pocas posibilidades de participación de nuevas empresas, principalmente franquicias; la existencia de una innovación que genere la organización y resignificación del sector de hospedaje en este destino lo cual se evidencia en el poco uso de nuevas tecnologías en las empresas hoteleras, lo que retrasan los procesos e impide la competitividad.

En este sentido las innovaciones arquitectónicas que ayudarían a diversificar y captar segmentos atraídos por construcciones que vayan de acorde a las nuevas necesidades de contemplar el mundo son nulas.

Bajo estas condiciones el estudio permitió identificar las fortalezas, debilidades y que resaltan los servidores turísticos de hospedaje y se presentan las oportunidades de innovación al que deberían apuntarse.

Tabla 1. Fortalezas del sector hospedaje caso de estudio: Salinas.

Fortalezas identificadas
Concentración mayoritaria de estos servidores posibilita implantar estrategias comunes.
El interés por la innovación de estructuras de organización aporta a la administración de los establecimientos y a la agilidad de respuesta a los requerimientos del cliente
El enfoque de personalizar la atención al cliente, aporta a la satisfacción del mismo
La disposición de servicios tecnológicos (internet, red wifi, cable) incide en la decisión de adquirir el servicio.
La planificación en los establecimientos contribuye a la convicción de ofrecer servicios de calidad, lo que apunta a lograr cambios aceptables en mediano y largo plazo

Tabla 2. Debilidades del sector hospedaje caso de estudio: Salinas.

Debilidades - Sector Hospedaje
<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de diversificación en su oferta • Carencia de planes promocionales con fines de desestacionalización • Inadecuado servicios posventa • Inexistencia de un verdadero sentido de asociatividad que genere economías de escala y competitividad • Se puede evidenciar una carencia en la cultura de innovación

De acuerdo con la determinación de las posibilidades que ofrece las tecnologías vinculadas al sector turístico el sector hospedaje en Salinas, tiene ante sí la oportunidad de iniciar de manera gradual la innovación tecnológica asociada a:

- Adaptación de Apps para promocionar el destino – empresa: Vizeat, Minube, Google Maps offline, PartyWith.
- Considerar las principales tendencias tecnológicas: Big data, Marketing digital, Entorno móvil, Realidad inmersa, Modelos de fidelización, Economía colaborativa, Internet of things, Bots.
- Crear políticas de innovación: investigación orientada a la innovación; Prospección de nuevas necesidades de mercado, Financiación de la innovación, Difusión de la innovación, Innovación de las relaciones sociales, Innovación de las formas de gobierno.
- Productos diferenciadores: mismos productos ofrecidos de manera diferente, actividades de co-creación, nuevos diseños, promoción y comercialización diferentes, Gestión de la saturación, Ampliar los servicios

ofrecidos, Restauración e innovación, transporte inteligente.

De acuerdo con estos resultados se advierte que las posibilidades de desarrollo turístico en Salina descansa en la innovación tecnológica como no tecnológica pero deberán centrar la toma de decisiones y un cambio de mentalidad frente a las oportunidades y fortalezas en función de minimizar o eliminar las debilidades que hoy afectan la competitividad y calidad del sector hospedaje en el balneario Salina. Empresarios, autoridades locales deberán asumir esta como una prioridad de las políticas públicas y de las acciones que proyectan como pilares de su presente y futuro desarrollo.

CONCLUSIONES

Es evidente que la ciencia y la tecnología juegan un papel muy importante en el desarrollo del turismo como sector productivo, esto se evidencia en las experiencias y éxitos logrados por varios destinos en el mundo, por tanto, esta actividad apoyada en teorías y en aplicaciones de la misma ha logrado convertirse en una herramienta de dinamización turística.

Pero su implementación está muy ligado a las decisiones de los entes y actores respecto al uso de la innovación. Es preciso abrir espacios a la comprensión tanto de la ciencia como la tecnología y ponerla a disposición de los implicados en el proceso turístico, pues solo así será posible que la innovación tecnológica y no tecnológica se convierta en un instrumento muy valioso para hacer un destino competitivo y sostenible.

Las innovaciones en el desarrollo turístico del sector hospedaje del balneario Salina, está sujeto a la visión individualista tanto de los empresarios. Sin embargo, la cantidad de nuevo conocimiento y tecnología creada para el sector turístico: Softwares y equipos tecnológicos la construcción de páginas web 3.0, el uso de centrales de reserva, sistemas de distribución global, softwares de reservas, de gestión gerencial, de proyecciones, entre otros, son fundamentales en el propósito de hacer de Salinas un destino de visita continua y competitiva.

Interesa entonces priorizar estrategias de divulgación y promoción tecnológica; así como cruzadas de capacitación de los recursos humanos desde los que podrán utilizar el valor de las tecnologías en el desarrollo turístico ampliando las posibilidades de satisfacción de los turistas al ubicar el balneario en un destino inteligente de la región y del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Carruitero, P. (2010). *Estacionalidad de la demanda de turismo en Argentina*. La Plata: Universidad de la Plata.
- DePablo, R. (2004). *Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo*. Madrid: Universitaria Ramón Areces.
- Decelle, X. (2004). *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*. OECD. Recuperado de <http://www.oecd.org/dataoecd/55/28/34267921.pdf>
- Ecuador. Ministerio del Interior del Ecuador.(2018). *Anuarios de Migración Internacional - INEC*. Quito: MIE.
- Giiibets, L. (2013). *El prosumidor: la nueva especie de consumidor*. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/prosumidor-marketing-digital/>
- Jacob, M., Tintoré, J., Aguiló, E., Bravo, A., & Mulet, J. (2003). *Innovation in the tourism sector: results from a pilot study in the Balearic Islands*. *Tourism Economics*, 279 - 295. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/135481660300900303>
- López, C. (2001). *Ciencia, Tecnología, Sociedad y Cultura en el cambio de siglo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Mortimore, M. (1994). *La inversión extranjera directa, el cambio técnico y la competitividad internacional de los países en desarrollo*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Nuñez, J. (1999). *La ciencia y la Tecnología, problemas sociales de la ciencia y la tecnología*. La Habana: Félix Varela.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.(2009). *Measuring Entrepreneurship. A Collection of indicators*. OECD & Eurostat Entrepreneurship Indicator Programme. Paris: OECD.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: OMT.
- Pulido, J. I. (2013). *Estructura económica de los mercados turísticos*. Madrid: Síntesis.
- Redington, G. (2010). *Ciencia, tecnología, sociedad e innovación*. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/ctsidocprog.htm>
- Rodríguez, A., & Rubira, R. (2014). *Comunicación, Tecnología y Sociedad*. La Habana: Félix Varela.
- Rodríguez, F. (2009). *Una reflexión teórica sobre la innovación en el sector del turismo*. Recuperado de <http://www.redicsa.org/A1ES.pdf>
- Schumpeter, J. (1963). *teoría del desenvolvimiento económico. una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interes y ciclo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Yuan Lu, I., & Jui Tseng, C. (2010). *A study of the service innovation activities of tourist hotels in Taiwan*. *The International Journal of Organizational Innovation*. Recuperado de <http://international.vlex.com/vid/study-innovation-activities-taiwan-229721931>