

Capítulo 5.

La innovación como estrategia para la reactivación del turismo en el contexto de la pandemia

Uno de los principales aprendizajes de la resiliencia fue la necesidad de estructurar estrategias diferenciadoras basadas en colaboración conjunta para el desarrollo de proyectos innovadores que reactiven el turismo en pandemia. Es por ello, que la innovación se contempla como un papel fundamental, en parte, porque el turismo ha sido un fenómeno caracterizado por una inmensa capacidad innovadora (Hjalager, 2010). Adicional, la innovación en el turismo constituye una apuesta para diferenciar las actividades turísticas en una región, haciéndolo más competitivo y aumentando las ganancias socioeconómicas (Carlisle et al., 2013). En el caso Colombiano, la Vitrina Turística de ANATO es un espacio de encuentro de los actores del turismo a nivel nacional e internacional y donde se reconocen las tendencias del turismo y el desarrollo de nuevos productos y destinos turísticos, siendo el momento más idóneo para interactuar con expertos del territorio y consultar los elementos clave en la reactivación del turismo desde la perspectiva de la innovación en aspectos como desarrollo tecnológico, asistencia técnica y formación.

La base para el proceso de interacción con los expertos fue la comprensión del estado del conocimiento del papel de la innovación en el desarrollo del turismo, el cual se abordó desde una metodología mixta cuanti-cuali secuencial propuesta por Creswell (2014). En donde la fase cuantitativa se estructuró a partir de un análisis bibliométrico y la cualitativa es propia del análisis de la información obtenida por los expertos.

En lo que refiere a la fase cuantitativa, se realizó un análisis bibliométrico apoyado en el software Vosviewer@, especialmente, en las bases de

Con estas importantes luces sobre la innovación y el desarrollo del turismo, se contrasta con la realidad de la innovación en Colombia. Para el Plan Sectorial de Turismo (MINTIC, 2018), la innovación cumple un papel importante en la que se propone propiciar temas clave para aumentar la productividad del turismo en Colombia. Así mismo, como mencionan Romero y Terán (2017), el turismo es una alternativa económica para el gobierno nacional, así como los departamentales y locales.

En este sentido, se buscó contrastar la importancia de la innovación en el desarrollo del turismo, y para ello, se construyó una entrevista semiestructurada a trece (13) expertos del turismo de diferentes partes del país.

Las preguntas de la investigación estuvieron orientada a temas como:

- Percepción con respecto al desarrollo que ha tenido el turismo durante los últimos 5 años.
- Necesidades en términos de innovación y desarrollo tecnológico.
- Servicio de asesoría técnica y de consultoría por parte de expertos para la gestión del turismo.
- Proyectos de turismo relacionados.
- Alianzas.

Para la sistematización de las experiencias, se tomó como base el análisis de contenido con *Atlas Ti*, a partir de tres fases: 1) codificación abierta que parte de una codificación inicial para el análisis de las entrevistas; 2) correlación de códigos que busca establecer cuáles son las principales correlaciones entre los conceptos y; 3) redes que muestran las distintas relaciones entre los conceptos para determinar el papel de la innovación y el desarrollo del turismo.

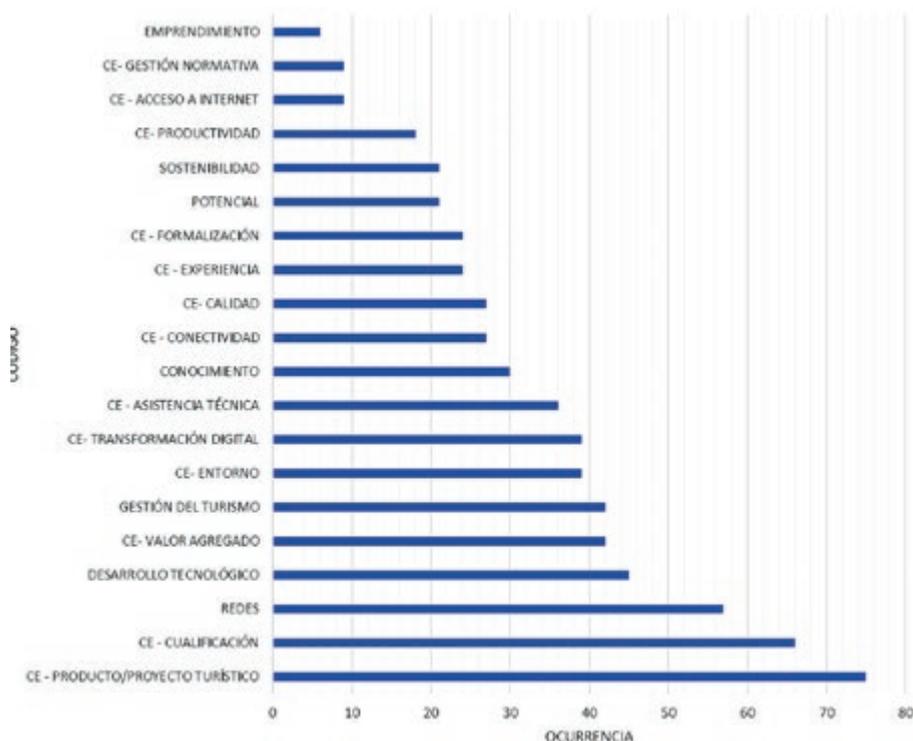
1. Codificación abierta. Para esta codificación, se estructuraron los códigos iniciales, resultado de las mayores ocurrencias de conceptos arrojados por el software VosViewer. En la Tabla 2., se presentan los principales hallazgos de este análisis en donde se encuentra el concepto, el clúster o grupo de familia al que pertenece y el número de ocurrencias. En total se establecieron 20 códigos iniciales.

Tabla 2
Codificación inicial

Código	Clúster	peso < Fuerza total del enlace>	peso < Ocurrencias>
Potencial	2	366	78
Gestión del turismo	2	207	42
Destino Turístico	2	183	37
Mercadeo Turístico	2	145	26
Sostenibilidad	2	107	34
Ecoturismo	6	106	21
Competitividad	2	92	21
Emprendimiento	7	79	16
Desarrollo Tecnológico	5	73	14
Servicio de Innovación	1	61	21
Conocimiento	3	50	11
Redes	3	48	7
Gestión del Conocimiento	1	45	10
Stakeholder	7	44	8
Productos Innovadores	7	43	11
Internet	1	43	9
Hospitalidad	4	42	15
Calidad servicios	1	40	12
Innovación social	3	39	19
Capital Social	4	39	11

Nota. Autores.

En el proceso de codificación abierta, se identificaron el número de ocurrencias de los códigos iniciales como de los códigos emergentes, estos últimos, se asumen como códigos que como su nombre lo indica “emergen” del análisis y por su relevancia, es vital incluirlos. En la Figura 21, se presentan las ocurrencias de los códigos iniciales y los emergentes que surgen de la relación de la innovación y el desarrollo del turismo. En total, se definieron 19 códigos, de los cuáles 6 hacen parte de la codificación inicial y 13 códigos emergentes (señalados con las siglas “CE”) resultado de la interacción con los expertos.

Figura 21*Ocurrencias de códigos en la relación de innovación y desarrollo de turismo*

Nota. Autores.

2. Correlación de los códigos. Esta fase consiste en establecer cuáles son las correlaciones entre los conceptos; es decir, en el papel de la innovación frente al desarrollo de turismo, cuáles son esos elementos clave, que para los expertos van interconectados. Esta correlación la establece *Atlas Ti*, identificando el total de las codificaciones de las entrevistas, las mayores y menores correlaciones. En la Tabla 3, se presentan los resultados del análisis. Los hallazgos muestran que las “capacitaciones” y “producto/proyecto turismo” son los de mayor número de correlaciones con otros elementos. Por su parte, la correlación más alta se da entre la transformación digital y el producto/proyecto de turismo.

Tabla 3

Coocurrencias de códigos en la relación de innovación y desarrollo de turismo

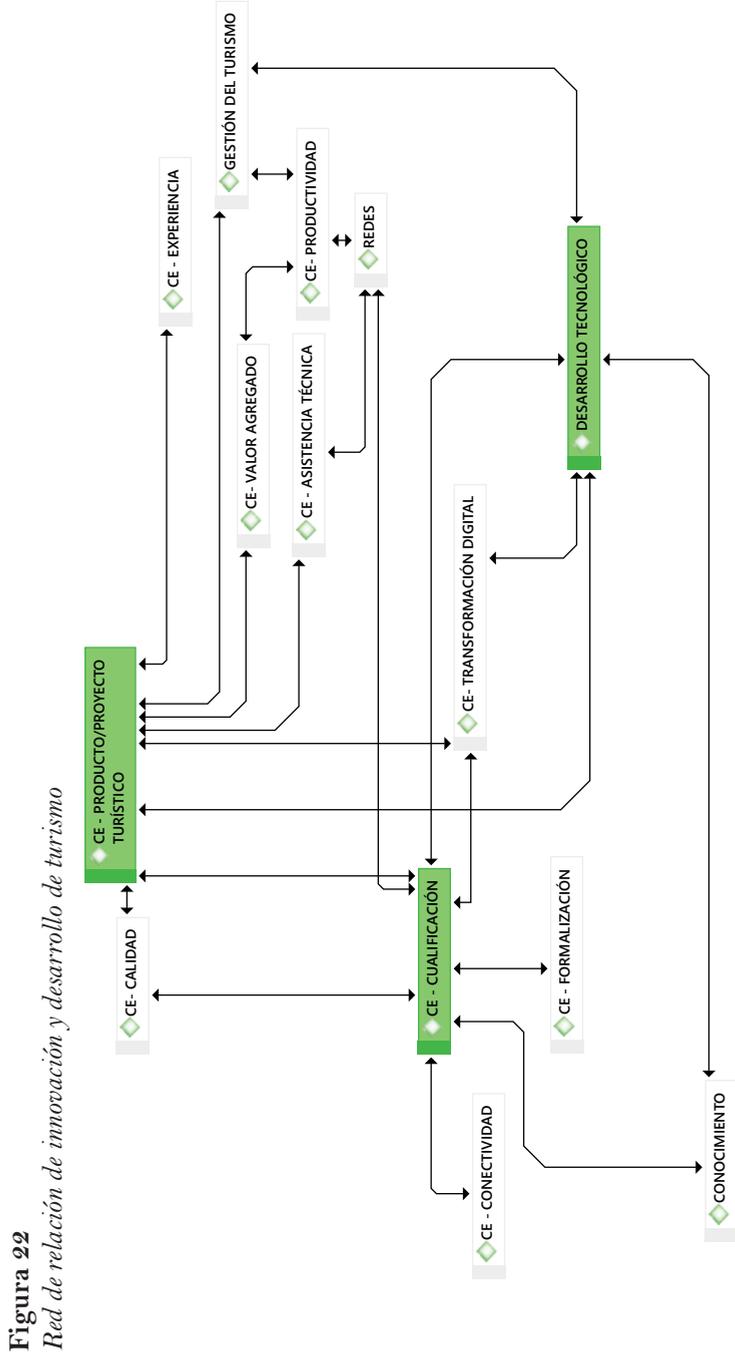
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
○ CE - ACCESO A INTERNET -1	0																			
○ CE - ASISTENCIA TÉCNICA -2	3	0																		
○ CE - CUALIFICACIÓN -3	6	9	0																	
○ CE - CONECTIVIDAD – 4	9	9	21	0																
○ CE - EXPERIENCIA- 5	0	0	12	0	0															
○ CE - FORMALIZACIÓN-6	0	6	15	7	3	0														
○ CE - PRODUCTO/ PROYECTO TURÍSTICO-7	3	21	21	13	16	12	0													
○ CE - CALIDAD-8	0	3	15	3	0	6	15	0												
○ CE - ENTORNO-9	3	0	12	10	9	0	12	0	0											
○ CE - GESTIÓN NORMATIVA-10	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0										
○ CE - PRODUCTIVIDAD-11	0	6	3	0	0	0	9	3	3	0	0									
○ CE - TRANSFORMACIÓN DIGITAL-12	3	12	15	10	3	6	28	6	3	3	0	0								
○ CE - VALOR AGREGADO-13	3	9	12	3	0	3	21	10	6	6	21	6	0							
○ CONOCIMIENTO-14	3	0	21	7	12	0	9	3	6	3	10	9	6	0						
○ DESARROLLO TECNOLÓGICO-15	3	9	21	12	9	10	25	6	3	3	0	18	6	18	0					
○ GESTIÓN DEL TURISMO-16	0	9	9	13	0	6	15	8	16	9	15	12	13	7	15	0				
○ POTENCIAL-17	0	0	0	0	0	0	6	0	12	3	9	0	3	0	0	6	0			
○ REDES- 18	0	18	24	6	3	9	6	6	6	0	23	6	12	6	6	9	3	0		
○ SOSTENIBILIDAD-19	0	3	6	0	10	3	2	3	6	3	6	7	3	9	2	5	0	2	0	

Nota. Autores.

Con los resultados de las coocurrencias, se construyó la red que relaciona los elementos clave para la relación de la innovación al desarrollo de turismo.

Red

A través de la red se muestra la cualificación, el desarrollo tecnológico y los productos/proyectos de turismo, elementos esenciales para que la innovación promueva el desarrollo económico en un destino turístico, como se expresa en la figura 22.



En este caso, COTELCO, busca generar capacitaciones mediante convenios, ya sea con apoyo del SENA, con la Secretaría de Turismo o con la gobernación, para brindar procesos de formación que permitan aumentar el conocimiento y la experiencia que tienen los prestadores de los servicios respecto a estos temas.

La cualificación o procesos de formación en innovación a agentes de turismo, es importante, porque a menudo se encuentra que estos comienzan con pocas habilidades y su capacidad de innovación es en su mayoría limitada (Lerner & Haber, 2001). Así mismo, los procesos de cualificación, generan apropiación de conocimiento, formalización, calidad en la prestación de las actividades de turismo y promueve la transformación digital. Esta dinámica se da principalmente mediante cursos para conocer los requisitos mínimos de formalización, para que caractericen o cuente con un portafolio de sus propios productos innovadores a partir de una identidad y valor agregado. Estas relaciones se logran principalmente de redes y como menciona Carlisle et al. (2013) bajo la importancia de la innovación en el desarrollo del turismo, radica en el apoyo institucional para estimular la creación de redes, la transferencia de conocimientos y las mejores prácticas en los destinos.

El proceso de innovación, es un aprendizaje constante, que requiere de cualificación con aliados tanto en el sector privado como público y que estén generando contenidos educativos de manera virtual o presencial. Es por ello, que, en la formación, la conectividad cumple un papel fundamental para profundizar y apropiar los procesos desde plataformas digitales y conectar el conocimiento con otras regiones y experiencias que permitan desarrollar productos y proyectos de turismo con componente de innovación.

Por otra parte, se requiere una educación formal, que promueva el desarrollo de productos a nivel de innovación. Para ello, importante enfocar la innovación para el desarrollo del turismo a partir de la educación en casos como, el establecimiento de productos de realidad aumentada en un mural o con experiencias sensoriales; se debe primero establecer los puntos clave, los fundamentos básicos de creación y estrategias de mercado, sin dejar atrás la alianza, ya sea en el sector educativo o sector empresarial, que converja y permita lanzar un producto turístico enfocado en tecnología e innovación. Las redes en los procesos de cualificación permiten generar competencias poder fortalecer el sector no solo a nivel local sino nacional, internacional. Instituciones como Procolombia,

Fenalco, Fontur y Cotelco, son aliados perfectos en la promoción del turismo local a nivel internacional.

Por su parte, el desarrollo tecnológico como elemento primordial de innovación, se conecta con la transformación digital, el conocimiento, la gestión del turismo (dada desde un punto de vista del marketing) y los productos o proyectos de turismo. Como resultado de las capacitaciones y el desarrollo tecnológico, los productos/proyectos de turismo, se dan a partir de la experiencia y se respaldan por asistencia técnica de expertos, resultado de redes para que las actividades generen valor agregado y sean productivas en un destino turístico.

El desarrollo tecnológico comienza a ser un tema más sensible durante la pandemia de COVID – 2019, la cual trajo un gran reto para el sector turismo: la innovación, y no solamente a este sector, sino también al ámbito económico, obligando a empresas y a todas las personas, a estar digitalizados. La percepción, es que nadie estaba preparado, la industria tuvo que reinventarse y ajustar todo, con base en lo que exigió la misma pandemia. Fue necesario reinventar el sistema turístico, el tema del aforo, de las distancias, del desarrollo de las actividades tradicionales en sí. Es por ello que el desarrollo tecnológico se convierte en una vía importante en la innovación de productos y proyectos de turismo por lo que requiere estar en constante adaptación de nuevas tecnologías que no necesariamente provienen del turismo y de evolución hacia otras puntualizadas en los productos de un destino turístico.

Avances importantes se han identificado en el desarrollo del turismo desde la innovación, a partir de desarrollos tecnológicos. En cuanto a la tecnificación de la prestación del servicio, por ejemplo, acceso a información del prestador desde páginas web, *check-in*, que puedan registrarse, hacer sus reservas. En cuanto a infraestructura casos como automatización de las puertas con tarjeta electrónica de los hoteles de los establecimientos, realidad aumentada en espacios, aplicaciones de turismo, realidad virtual, entre otros, han generado importantes avances en tema de innovación turística.

