



## Innovación y desarrollo de productos turísticos

### La innovación del sector hotelero en el Ecuador

#### *Innovation of the hotel sector in Ecuador*

Jair Vera Pico <sup>1</sup>, Rogelio Suarez Mella <sup>2</sup>, Cristhian Tamayo <sup>3</sup>, Bisleivys Jiménez Valero <sup>4</sup>

1, 2, 3- Universidad Técnica Manabí, Instituto de Posgrado de la Maestría Gestión Talento Humano, Avenida Urbina y Che Guevara, Portoviejo, Manabí, Ecuador

e-mail: [jairvera17@outlook.es](mailto:jairvera17@outlook.es)

4, Universidad de Matanzas, Ministerio de la Educación Superior, Matanzas, Cuba, Ave. A Varadero Km 3 ½, Código Postal 10400. e-mail: [bisleivys.jimenez@umcc.cu](mailto:bisleivys.jimenez@umcc.cu)

#### Resumen

La innovación se ha convertido en una herramienta clave para la competitividad de las empresas en todos los sectores económicos, de forma que un sector económico competitivo será aquel que está formado por empresas que se adaptan a su entorno versátil introduciendo ideas o mejoras en sus productos o servicios. El manejo de tecnologías en la actualidad permite a las organizaciones elevar el rendimiento empresarial, potenciar el desarrollo turístico generando impactos positivos para los usuarios al momento de brindar un servicio. El propósito de este ensayo es debatir sobre el concepto de innovación en el sector hotelero, basado en estudios efectuados por otros autores indagando su impacto multilateral en desarrollo socio económico. El presente estudio arroja un bajo nivel de innovación en las empresas hoteleras ecuatorianas, identificando una pobre utilización de acciones innovadoras, para que las empresas opten por elevar el rendimiento empresarial en sus servicios. Por ello se hace un análisis teórico para determinar cuánto se ha investigado y cuanta relevancia se le ha dado al tema. Entre los resultados alcanzados se evidencia como la innovación es capaz de dar una mejor respuesta a las demandas de los consumidores, produciendo cambios significativos tanto en los bienes como en los servicios.

**Palabras claves:** Innovación, sector hotelero, turismo, herramientas, servicios.

#### Summary

Innovation has become a key tool for the competitiveness of companies in all economic sectors, so that a competitive economic sector will be one that is formed by companies that adapt to their versatile environment by introducing ideas or improvements in their products or services. Technology management currently allows organizations to increase business performance, enhance tourism development, generating positive impacts for users when providing a service. The purpose of this essay is to discuss the concept of innovation, based on studies carried out by other authors investigating its multilateral impact on socio-economic development. The present study analyzes a low level of innovation of Ecuadorian hotel companies, whose objective is to identify tools that contribute to the development of innovative actions, so that these companies choose to increase business performance by innovating their services. Therefore, a theoretical analysis is made to determine how much has been investigated and how much relevance has been given to the subject. Among the results achieved, it is evident that innovation is





capable of giving a better response to the demands of consumers, producing significant changes in both goods and services.

**Keywords:** Innovation, hotel sector, Tourism, factors, services.

## Introducción

El presente estudio es una revisión bibliográfica acerca de la importancia de la innovación del sector hotelero en el Ecuador para esto es importante entender más a fondo lo que significa dicha palabra para esto hay que explorar en el pensamiento y experiencias de otros autores de diferentes países para así poder analizar la situación del sector hotelero del país.

Las contribuciones de la literatura sobre innovación en servicios son, ante todo, de naturaleza muy heterogénea y fragmentada, lo cual hace complicado cualquier tipo de categorización. La diversidad de definiciones del término "innovación", derivado de latín *innovatio* que significa creación de algo nuevo, radica en los diferentes propósitos con los que se ha examinado este fenómeno (Johannessen, Olsen, y Lumpkin., 2001)

La innovación ha pasado a ser desde la segunda mitad de la década de los 90 uno de los campos de estudio más prometedores con respecto a la explicación de las diferencias competitivas entre empresas. Así, la innovación como capacidad estratégica, se reivindica como principal fuente de ventaja competitiva y artífice del logro de rentas superiores. (Martínez , Vargas , 2013).

La creciente importancia que está adquiriendo el sector servicios en la actualidad, ha favorecido el desarrollo de teorías que plantean la innovación como un ingrediente clave para la comercialización y gestión de servicios y, por tanto, para la competitividad empresarial (Martin y Horne, , 1993).

En el sector turístico, y en nuestro caso el subsector hotelero, la innovación juega un papel esencial en la producción de conocimientos y en la capacidad de las empresas para absorberlos, de manera que puedan servir para mejorar la eficiencia productiva y la competitividad final del producto. (Martínez , Vargas , 2013).

Sin embargo siendo el turismo una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo, se encuentra registrada como una actividad transversal de los otros sectores de la economía, peor aún no se encuentra identificada dentro del marco de cuentas nacionales. En la última década bajo el concepto de Cuentas Satélites del Turismo (CST)<sup>1</sup> se integró al sector

---

<sup>1</sup> La Cuenta Satélite de Turismo (CST) da cuenta de las actividades realizadas por los visitantes, entes autónomos durante sus viajes y estancias, en un país o lugar diferente al de su ambiente usual, por menos de un año (excursionistas y turistas), con fines de ocio, negocios u otras razones (visitas a familiares y amigos, educación, y training, fines religiosos, negocios, convenciones, etc.). Tomado de Cuenta Satélite de Turismo de Ecuador. (Secretaría General de la Comunidad Andina. , 2011, pág. 8)



turístico a la contabilidad económica, la cual se basa en la existencia de un equilibrio general entre la Oferta y la Demanda de bienes y servicios. (Ball, Ibañez, & Picardi, 2006).

Los autores antes mencionados sustentan que “Desde una perspectiva monetaria, el turismo es de vital importancia para la Balanza de Pagos, ya que los turistas extranjeros gastan su dinero (divisas) consumiendo bienes y servicios producidos en el país receptor generando de esta manera capitales que contribuyen a equilibrar los desvíos en las cuentas externas.

En función de ello, el turismo puede ser una herramienta fundamental para lograr un desarrollo sostenible en el tiempo, pues esta se ha convertido en una de las actividades económicas que más ingresos y empleos directos e indirectos genera, para las comunidades regionales y locales y que ofrece significativas oportunidades de emprendimiento.

Sin embargo, si bien observamos que la industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no solo por los elementos que la componen, sino por los diferentes sectores monetarios que la involucran su desarrollo, pues nos damos cuenta que esta aporta divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos por su incremento a los ingresos públicos, como el aumento de la actividad empresarial, y con ello la mano de obra o empleo, entre otros.

Pero como lo analiza (Sancho, 2011, pág. 15), la corriente o flujo de divisas que produce el área de turismo no solo favorece a las empresas o personas vinculadas al sector del turismo, sino también al resto de sectores de la economía, lo que se denomina efecto multiplicador. Es decir, la renta destinada al gasto turístico fluye sobre otras empresas o compañías, en la medida que las empresas del sector turístico fluyen sobre otras empresas, en la medida que estas reponen sus stocks, renuevan mobiliarios, pagan a proveedores, sueldos y salarios, impuestos, facturas de servicios básicos (luz, agua, telefonía, internet, seguro, etc.), y otra parte se invierte en productos importados para mejorar la calidad de servicio que se ofrece

Es así que el efecto multiplicador del turismo, según (Solís, 2008) “refleja los efectos directos e indirectos de esa actividad sobre el conjunto de la economía”.

(Solís, 2008) Agrega además que:

En Ecuador, un incremento de un dólar en la demanda turística, genera un crecimiento de la producción (PIB) de USD 2,75. La generación de un empleo directo en el turismo, crea entre 3 y 6 puestos de trabajo indirectos. Los empleos generados ascienden a 56 mil en los últimos años. El ecoturismo representa el 62% del total. 60 de los 219 municipios gestionan descentralizadamente el turismo en destinos locales, fortaleciendo sus economías.

Para (Veloso, 2016) Las perspectivas de crecimiento que genera el turismo, tanto a nivel nacional como internacional, deja de manifiesto la necesidad de contar con capital humano avanzado, actualizado y especializado en los diferentes ámbitos que involucra el turismo,



permitiendo a las empresas, a los destinos y a los países, entregar una experiencia de calidad educativa al visitante y contribuir al desarrollo económico y socio cultural sustentable.

Empero si el sector hotelero ecuatoriano aporta significativamente a la economía del país por la generación de consumo interno, por ello la lucha del estado para posicionar su imagen turística. Se debe exigir a los empresarios deliberar cómo ofrecer un mejor servicio, lo que implica una reestructuración del diseño del servicio hotelero que se requiera mejorar o potenciar para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Según (Borrero, González . y León,, 2015) La capacidad de innovación influye de forma relevante el liderazgo directivo, el fomento de la política de apoyo a la innovación y la extensión y estímulo de la cultura de innovación entre los miembros de las organizaciones; aspectos que puntualizan los factores escogidos y que se detallarán más adelante.

El país es conocido como atractivo turístico, cuenta con varios destinos internacionalmente reconocidos cuya economía depende de la prestación de servicios turísticos, constituyendo entonces un escenario idóneo para la aplicación de esta investigación. El objetivo del presente estudio se justifica en identificar herramientas que puedan contribuir al desarrollo de acciones innovadores para mejorar los servicios del sector hotelero. Por lo tanto, la investigación se centra sobre las particularidades de la innovación para mejorar el funcionamiento de sus servicios. La investigación se desarrolló basada en estudios teóricos y empíricos ya realizados sobre el tema propuesto.

### **Metodología**

El estudio constituye un análisis teórico que tiene como base de estudio investigaciones ya realizadas. Su interés radica en la poca profundidad que se ha dado a la información obtenida de esos estudios, de acuerdo a su importancia y actualidad. Las revisiones bibliográficas son utilizadas para analizar, sistematizar e integrar los resultados de diferentes investigaciones (Departamento Administrativo de Ciencia, 2010). En general, permite conocer lo ya investigado para no repetir el trabajo ya realizado por otros investigadores y tener un apropiado marco de referencia; documentar las contribuciones, los avances y las tendencias desarrolladas sobre un campo específico de conocimiento; conocer métodos de trabajo en casos similares; y obtener pruebas y conclusiones que contribuyan a las investigaciones en curso (Cegarra, , 2004);

Luego de haber realizado un estudio metódico de la literatura acerca del tema, se investigó información de diferentes fuentes bibliográficas como libros, artículos y páginas web acerca del tema en cuestión. Por último, para beneficio del lector, las palabras clave utilizadas fueron: Innovación, sector hotelero, factores, servicios. Por las que la investigación puede ser encontrada en buscadores como Google Académico, revistas y demás documentos.



Para optimizar el presente estudio se tendrán en cuenta únicamente aquellos trabajos que se puedan aplicar al sector turístico y hotelero del país, en las que se plantee el factor humano y la implicación del cliente como elementos fundamentales en el éxito de la innovación.

Como criterios de inclusión, se consideraron: investigaciones donde se aplica la innovación en el sector hotelero del Ecuador, y además las páginas oficiales de entidades nacionales, y documento publicado por entidades reconocidas.

## Resultados

El Gobierno Nacional del Ecuador, a través del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, el cual consiste en un conjunto de objetivos que expresan la voluntad de transformar el país, los mismos que están acompañados por un sistema de monitoreo y evaluación que hará posible conocer los impactos de la gestión pública y generar alertas oportunas para la toma de decisiones. Este sistema está basado en la lógica de comparar lo programado frente a lo realizado, tomando como base la planificación nacional y la formulación realista de indicadores y metas. (SENPLADES, 2013).

Dentro de estos objetivos, está el número 10, el cual consiste en *Impulsar la transformación de la matriz productiva*, el mismo que hace referencia a los desafíos actuales que deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. También se refiere al impulso sobre la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. (SENPLADES, 2013, pág. 291).

Es así que el objetivo 10, del PNBV 2013-2017, en los literales g<sup>2</sup> y h<sup>3</sup> hace referencia al turismo a fin de: “Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera” y que se debe “Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención

---

<sup>2</sup> g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

<sup>3</sup> h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente. (SENPLADES, 2013).



estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente”

Como lo indica la OMT (2003) citado en (Orgaz & Moral, 2016). “La actividad turística puede favorecer el crecimiento de una zona geográfica si se reducen las fugas y se maximizan las conexiones con la economía local, a través de las relaciones entre las comunidad, el sector privado y el público”, es decir que se beneficia no solo las empresas, sino los ingresos de divisas, las inversiones extranjeras, la creación de empleo en la comunidad local y el aumento de los ingresos públicos, como lo detallara en párrafos anteriores.

Es conocido por todos, que el turismo comunitario ayuda a mejorar el desarrollo socioeconómico, cultural y natural de un destino turístico (Hiwaski, 2006; Manyara et al., 2007; López-Guzmán et al., 2009; Casas Jurado et al., 2012; Orgaz, 2013<sup>a</sup>. tomado de (Orgaz & Moral, 2016). Por tal razón en nuestro país se ve como un potencial de desarrollo turístico comunitario las áreas naturales que existen en cada región del Ecuador, aunque algunos por no decir todos, estos destinos tienen que mejorar en diferentes aspectos, como: infraestructura, servicios básicos, carreteras, atención al cliente, innovación, seguridad, apoyo estatal, entre otros.

Pero no solo el turismo comunitario es con el que cuenta nuestro país, Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales.

Según (Ministerio de Turismo, 2015) Ecuador en sus cuatro regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía, en las 24 provincias se pueden encontrar: 1.800 especies de orquídeas, 1.640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos, entre lo más sobresaliente.

Para preservar esta riqueza natural, Ecuador cuenta con un patrimonio de 49 Áreas Protegidas por el Estado. La UNESCO ha reconocido la riqueza natural del país, declarando como “Patrimonio Natural de la Humanidad” a la Reserva Marina y Parque Nacional.

El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas. En este país, conviven 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas, montubios, negros, mestizos y blancos.

Por todo lo anotado y más, el Ecuador se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres.

Cabe destacar que entre los sectores principales a nivel nacional que se reactivan con el desarrollo del turismo están: (Tabla 1).



Tabla 1. Sectores principales que se reactivan con el desarrollo del turismo.

Sectores y Patrimonio	Lugares en Ecuador
Comunidad Zápara: Su idioma, finas artesanías, Amazonía. Fiestas tradicionales y deliciosa gastronomía, Feria del Cacao.	Amazonía.
Reservas de Biosfera:	Galápagos, Yasuní, Sumaco, Podocarpues-El Cóndor y El Cajas.
Centro histórico (el mejor y más grande de América Latina, Volcanes, la mitad del mundo.	Quito
Iglesias, calles y plazas, Complejo arqueológico Ingapirca. “Muro del Inca”	Cuenca
Puerto principal del país, atractivos Tropicales, playas, arqueología de pueblos Antiguos	Guayaquil
Gastronomía, puerto, cultura	Manta
Parque Nacional Machalilla, Ciudad Alfaro, Playas, puertos de agua dulce, cascadas, Gastronomía, arqueología, museos, cuevas, Parques ecológicos, ruta del sol, ruta del cacao, Iglesias, casas patrimoniales, cultura, Artesanías en tagua, Sombrero de paja toquilla etc.	Manabí
Centro histórico	Riobamba
Iglesias	Loja
Textiles y artesanías	Otavalo
Cascadas	Baños
Arqueología, agroecología	Ciudades y poblados de Vbamba Baños y Saraguro.
Islas Galápagos	Galápagos.

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Elaboración: Autores de artículo.



Además de lo detallado en el cuadro 1, el (Ministerio de Turismo, 2015), señala que para realizar éstas y otras actividades de aventura, el Ecuador cuenta con diferentes lugares naturales, tal como lo describe la tabla 2.

Tabla 2. Lugares naturales para actividades de aventura en el Ecuador

<b>Cant.</b>	<b>Descripción de lugares naturales del Ecuador</b>
49	Áreas protegidas
11	Islas e islotes
14	Bosques
30	Volcanes
14	Cerros
5	Cañones
17	Cavernas y cuevas
158	Cascadas
68	Ríos
96	Playas
44	Lagunas y lagos.

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015) Elaboración: Autores de artículo.

Si bien es cierto que el turismo a nivel mundial como se conoce, es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural, es importante hacer énfasis también en un servicio que forma parte importante en el ámbito turístico, como es el sector hotelero, del cual hace referencia esta investigación.

La industria de la hotelería siempre ha sido una fuente de ingresos importante en la economía a nivel mundial, pues esta sirve de hospedaje no solo a turistas, sino a quienes viajan de un lugar a otro por diferentes razones, ya sea estos por negocios, estudios, viajes de placer, visitas familiares o de amistades, etc. Por tal razón el sector hotelero tiene estar en continuas mejoras, tanto en la calidad, como en la satisfacción al cliente, cuidando siempre la imagen de la empresa hotelera, que por ende incide en la rentabilidad de la misma.

Hoy en día el compromiso de las empresas hoteleras es ofrecer productos y servicios de calidad que satisfagan a sus clientes, y cumplir sus expectativas al lograr la excelencia en la calidad del servicio que ofertan, para cumplir el principal objetivo que consiste en tener un crecimiento rentable y ser competitivos en el mercado.

Sin embargo para poder llegar a la excelencia y ser competitivos, no solo se requiere de tener capital de inversión y deseos de superación; para ello se requiere del capital humano con el cual se trabaje, ya que de la calidad de personas involucradas en el negocio, de su formación académica, conocimientos, experiencias, de la motivación y empeño que le ponga al trabajo,



dependerá el éxito empresarial, lógicamente unido al talento humano, las innovaciones tecnológicas que exige el mundo globalizado.

El comportamiento humano es altamente variable, por lo que es muy difícil para una empresa asegurar que sus empleados utilicen sus habilidades de atención al cliente continuamente. Por este motivo se debe prestar especial atención al personal, de modo que éste sea el más adecuado para el trato con el público (Evans, Stonehouse y Campbell, , 2012). Pues hay que recordar que, en empresas de servicios el factor más reconocido como impulsor de las innovaciones es la cualificación y profesionalidad de los empleados.

De acuerdo a (Jiménez-Zarco, A. I., Martínez-Ruiz, M. P., e Izquierdo-Yusta, A. , 2011) , en sectores como el turismo, los resultados de la innovación tienden a aumentar a medida que lo hace el nivel de orientación de las empresas hacia el consumidor o la competencia. Esta idea coincide y da un paso más sobre las proposiciones de que concluyeron que altos niveles de orientación al cliente y a la competencia otorgan a las empresas de servicios la oportunidad de responder de manera más eficaz, además de poder desarrollar una oferta diferenciada de suficiente calidad.

## **Discusión**

Se dice que el turismo siempre ha sido considerado una fuente generadora de ingresos para los estados, por la economía que gira a su entorno, el aporte que brinda a las personas con la creación de empleos y el estímulo a la construcción de nuevas infraestructuras, entre otros.

El acrecentamiento de lugares con destinos turísticos ha fortalecido el interés en la innovación de estos lugares, y por ende la inversión como factor principal para poder competir en un mercado globalizado, que avanza no solo en tecnología sino en innovaciones estructurales y organizativas.

Por lo expuesto en el desarrollo de este trabajo se puede deducir que, la innovación es un factor clave no solo para la competitividad de las empresas, sino para el desarrollo económico; entiendo por innovación empresarial no solo a la tecnología que esta brinda a los consumidores, sino que engloba todo lo referente a mejores beneficios, precios competitivos y acorde a las exigencias en el mercado, introduciendo novedades o mejoras y calidad en sus productos, procesos y/o en sus organizaciones.

En las empresas de servicios, para ser más explícito, en las empresas hoteleras, motivo de la temática de esta investigación, la innovación va de la mano con el desarrollo tecnológico, ya que de ello depende la competitividad de las empresas, y no solo las del sector hotelero, pues las aplicaciones más relevantes de las Tics la corrobora el sector turístico, como las agencias de viajes, aerolíneas, restaurantes, proveedores y hoteles, ya que sin la implementación del servicio



por internet no se podría cubrir toda la demanda, ni los usuarios o clientes estarían informados sobre las ofertas, promociones, ventas de servicios, conocer o tener una idea a través de la web de los lugares a visitar, el hotel dónde se va a hospedar, etc.

En el sector hotelero, las Tics, han sido reconocidas como una herramienta que facilita el acceso a nuevos productos y el servicio ofrecido a los usuarios o clientela. Sin embargo, la tecnología unido a la innovación como actividad estratégica empresarial, hay que saberla aprovechar, y es aquí que juega un papel preponderante el elemento y talento humano, pues ellos son los generadores de ideas, de inventos, mejoras, de proyectos en los procesos productivos, tanto de bienes como de servicios.

En el Ecuador la innovación en el sector hotelero va a paso firme, los datos investigativo sobre este tema, demuestran que los hoteles ecuatorianos con relación a las tendencias hoteleras a nivel internacional, innovan significativamente en calidad, en satisfacción al cliente y en rentabilidad.

Para concluir se puede decir, que durante el proceso de investigación de este trabajo se encontró como resultado, que el término *innovación* no sólo abarca la innovación tecnológica, sino la forma de hacer crecer el negocio, desarrollar ideas creativas, mejorando los productos, planificar, organizarse mejor, aprendiendo de las experiencias pasadas, introduciendo productos o servicios nuevos o mejorados, para que la empresa pueda crecer económicamente y ser competitiva, a fin de alcanzar el éxito empresarial deseado.

## **Conclusiones**

La aplicación de la innovación en el sector hotelero es sin duda una herramienta de gran importancia para alcanzar el éxito como empresario dentro de la hotelería, ya que la competencia a nivel mundial es significativa y va progresando con el tiempo, debido a que los usuarios son más exigentes a la hora de tomar un servicio.

Al aplicar esta herramienta se está dando un valor agregado de calidad que hará que los clientes regresen satisfechos a prestar los servicios hoteleros. El papel del cliente es un elemento de suma importancia dentro de este proceso ya que en los servicios de hotelería se produce la verdadera interacción entre el usuario y el prestador del servicio, de la experiencia del cliente depende el éxito del hotel como tal, el resultado de esta interacción, se ve principalmente afectada por las competencias.

En Ecuador, siendo el turismo un sector que cada día progresa y en consecuencia genera más ingresos económicos al país, debe darse más énfasis al mejoramiento de la industria hotelera, es decir que esta debe estar en continuo perfeccionamiento (innovación), tanto en la calidad,



como en la satisfacción al cliente, cuidando siempre la imagen de la empresa hotelera, para la satisfacción del cliente, ser competitiva en el mercado y generar más rentabilidad.

Las empresas no pueden considerar la innovación como un evento ocasional. Si una empresa no es capaz de transformar sus productos o servicios, la forma de producción, manejar modelos de gestión y estructuras flexibles en un contexto de incertidumbre, esta no será capaz de sobrevivir; y para culminar concluimos que, la innovación en toda gestión empresarial va ligada a la tecnología y al talento humano.

### Referencia Bibliográfica

- Martínez A - López, Alfonso Vargas-Sánchez. (2013). Factores con un especial impacto en el nivel de innovación del sector hotelero español. *TMStudies vol.9 no.2 Faro*, 7.
- Arraut , L.C. (2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad de las empresas. *EAN*, 20-41.
- .
- Ball, F., Ibañez, J., & Picardi, S. (2006). Multiplicador del sector turístico. *Estudios Económicos. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, Buenos Aires.*, [http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2525-12952006001100001&lng=pt&nrm=iso](http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2525-12952006001100001&lng=pt&nrm=iso).
- Borrero, O., González, I. y León,. (2015). Resultados de la orientación de la estrategia empresarial para el desarrollo local. *Cofin*, 106-116.
- Cegarra, J. (2004). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Cipolla, F.; Nicol, E. y Cipolla-Ficarra, M. (2010). Usability, communicability and cultural tourism in interactive systems: trends, economic effects and social impact. *En International Workshop on Human-Computer Interaction, Tourism and Cultural Heritage*, 100-114.
- Departamento Administrativo de Ciencia, T. e. (2010). Documento guía: Servicio permanente de Indexación . *Revistas de Ciencia*. Obtenido de <http://scienti>.
- Oliveros D, Martínez G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga Santander, Colombia. *Revista EAN*.
- Evans, N., Stonehouse, G., y Campbell, D. (2012). *Strategic management for travel and tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann*.
- Jiménez, B., Suárez, R. y Medina, A. (2012). Dimensiones e indicadores para la evaluación de la innovación en la hotelería. *Ing. Ind. vol.33 no.1 La Habana*, 70



- Jiménez-Zarco, A. I., Martínez-Ruiz, M. P., e Izquierdo-Yusta, A. . (2011). Key service innovation drivers in the tourism sector: empirical evidence and managerial . *Service Business* , 5(4), 339-360.
- Johannessen, J. A., Olsen, B. y Lumpkin, G.T. . (2001). Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom. *European Journal of Innovation Management*, 4 (1), 20.
- Lopez F.M., Serrano A y Gomez. L R. (2007). Caracterización del comportamiento innovador de las empresas hoteleras españolas. *REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO*, n° 4, 2°, 23.
- Jacob, M ,Eugeni Aguiló. (2008). la innovación en el sector turístico: caso de baleares. *rotur/revista de ocio y turismo*, 51.
- Martin , C. R. y Horne, D. A. (1993). Services innovation: successful versus unsuccessful. *International Journal of Service Industry Management*, 49-65.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador potencia turística*. Quito, Ecuador: MINTUR. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>.
- Orellana, M. C. (10 de mayo de 2019). *Análisis de la innovación en los productos y los procesos en los hoteles de la ciudad de Cuenca*. Obtenido de Universidad de Cuenca, Carrera Hotelería. Proyecto de Investigación. pdf: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32630/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, vol 31. *Universidad Autónoma del Estado de México. Redalyc.org*, 5, 6.
- Sancho, A. (septiembre de 2011). *Introducción al turismo. Unidad 1*. Obtenido de OMT. Organización Mundial del Turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Secretaría General de la Comunidad Andina. . (2011). *Cuenta Satélite de Turismo de Ecuador. Datos preliminares, 2006*. Lima, Perú: Ministerio de Turismo. MINTUR.
- SENPLADES. (2013). Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva. En S. N. Desarrollo, *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017* (págs. 291-300). Quito, Ecuador: Senplades.
- Solis, D. (14 de marzo de 2008). *Slideshare.net*. Obtenido de Importancia económica y social del turismo en el Ecuador: <https://es.slideshare.net/alejandraneira23/doris-solis>
- Stamboulis, Y. y Skayannis, P . (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management* , 24(1), 35-45.
- Sterey, K. y. (2000).



Veloso, K. (2016). *Innovación del turismo 2017*. ISSUU.com. *Universidad Austral de Chile, UACH*, 1.

Recibido: 26 de febrero, 2020.

Aprobado: 12 de abril, 2020.