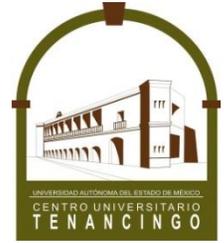




UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



DESARROLLO LOCAL EN DESTINOS TURÍSTICOS DEL SUR DEL ESTADO DE  
MÉXICO. UN ESTUDIO DE MODELOS DE INNOVACIÓN.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

Maestro en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

PRESENTA:

EMMANUEL MÉRIDA VELÁZQUEZ

DIRECTORES DE TESIS:

DRA. GANDHI GONZÁLEZ GUERRERO

DR. TIRZO CASTAÑEDA MARTÍNEZ

DRA. MARÍA EUGENIA VALDEZ PÉREZ

TENANCINGO, MÉXICO, DICIEMBRE, 2019

## Índice de contenido

1.	Introducción y presentación del objeto de estudio .....	1
2.	Antecedentes .....	4
2.1.	El papel de la innovación en el desarrollo del turismo .....	4
2.2.	Modelos de innovación para el turismo.....	9
2.3.	Desarrollo local y turismo .....	16
3.	Hipótesis y objetivos .....	21
4.1.	Planteamiento del problema .....	21
4.2.	Justificación .....	21
4.3.	Pregunta de Investigación .....	21
4.4.	Objetivos .....	21
4.4.1.	Específicos .....	22
4.	Descripción metodológica.....	23
5.	Resultados .....	26
5.1.	Artículo: Operacionalización de modelos de innovación en turismo .....	28
Introducción .....	28	
Métodos .....	33	
Resultados .....	35	
Conclusiones.....	40	
Bibliografía .....	41	
5.2.	Innovación en destinos turísticos locales.....	44
Introducción .....	44	
Métodos .....	45	
Resultados .....	48	
Conclusiones.....	55	
Bibliografía .....	56	
5.3.	Ponderación y retroalimentación de los modelos de innovación.....	58
Introducción .....	58	
Metodología .....	58	
Resultados .....	61	
Bibliografía .....	66	
5.4.	Relación entre innovación turística y desarrollo local .....	69
6.	Discusión .....	74

7. Conclusiones.....	78
8. Referencias.....	81
9. Anexos.....	88

## Índice de Figuras

Figura 1. Modelo integral del destino competitivo .....	10
Figura 2. Rueda de la innovación.....	11
Figura 3. Innovaciones y Contexto Innovador.....	11
Figura 4. Matrix Innovatix. Modelo para la actividad innovadora.....	14
Figura 5. Sistema Nacional de Innovación.....	15
Figura 6. Proceso metodológico.....	23
Figura 7. Innovaciones y contexto innovador.....	35
Figura 8. Tendencias del Sector turismo y tipo de innovación.....	45
Figura 9. Sistema Nacional de Innovación.....	47

## Índice de Tablas

Tabla 1. Proceso de análisis del modelo.....	36
Tabla 2 Operacionalización de modelos.....	37
Tabla 3. Variable e Indicadores de la innovación turística.....	38
Tabla 4. Matrix Innovatrix.....	46
Tabla 5. Indicadores de la Innovación.....	61
Tabla 6. Ponderación del modelo de Innovación turística.....	63
Tabla 7. Ponderación de la Matrix Innovatrix.....	64
Tabla 8. Ponderación del modelo: Sistema Nacional de Innovación.....	65
Tabla 9. Relación entre la innovación turística y el desarrollo local a partir de indicadores.....	69
Tabla 10. La innovación en los municipios de Malinalco y Coatepec Harinas.....	75

## 1. Introducción y presentación del objeto de estudio

La innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) nuevo o significativamente mejorado, proceso, método de comercialización o método organizativo (en las practicas internas de la empresa), organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores (Manual de Oslo, 2006). En consecuencia, destacan cuatro tipos de innovaciones: proceso, mercadotecnia, organización y producto. Las actividades innovadoras corresponden a operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conllevan a la introducción de una innovación.

En el turismo, dichas innovaciones se han visto implementadas en áreas como el transporte que permite el traslado de un punto a otro en menor tiempo; la búsqueda de información mediante el uso del internet, que permite conocer el destino sin necesidad de ir físicamente. En las empresas turísticas las labores se han hecho más eficientes, reduciendo así costos de producción; se han implementado nuevos sistemas para controlar las operaciones internas de la empresa; nuevos manuales y distintivos permiten mejorar los procesos y productos. Estas innovaciones, en conjunto permiten el desarrollo de áreas, empresas y destinos turísticos.

Para explicar la innovación en el turismo, se han elaborado modelos teóricos que permiten analizar su contexto y posibles causas-efectos. Estos modelos teóricos detallan el contexto, elementos y características de la innovación en determinado espacio; sin embargo, poco se conoce sobre su operatividad en los destinos locales. Este trabajo consiste en el análisis de tres modelos de innovación que permitirá identificar los componentes, características, sistema y contexto de la innovación vinculada al turismo. Para el análisis de su operatividad, los modelos se aplicaron en dos destinos turísticos del Sur del Estado de México, el primero Pueblo Mágico Malinalco Estado de México y el segundo Pueblo con Encanto Coatepec Harinas. Aunque estos dos destinos cuentan con características geográficas similares, presentan un desarrollo diferenciado, relacionado a productos y servicios ofertados. El análisis de los modelos permitirá conocer la

operatividad mediante la aplicación en los destinos, y la relación entre la innovación y el desarrollo local.

La pregunta a que responde esta investigación es: ¿Cuál es la capacidad operativa de los modelos de innovación en destinos turísticos del Sur del Estado de México para el desarrollo local?

Para el desarrollo de esta investigación se propuso una metodología compuesta de cinco etapas:

- Análisis de los modelos. A partir de una revisión de literatura se seleccionaron tres modelos que analizan la innovación en turismo: Álvarez et. al. (2008), Ayestarán (2011) y Hall y Williams (2008).
- Operacionalización de las variables. Para la operacionalización de las variables, se consideraron: categoría (elemento del modelo), definición o concepto (relacionado al contexto), dimensión (cualidades derivadas del concepto), indicador (conjunto de datos concretos que dan nociones sobre un tema), variable (cualidad presente que difiere entre individuos) y unidad de medida (cualidad que existe en la realidad).
- Recolección y análisis de datos. Siguiendo las variables e indicadores identificados, la recolección de datos se realizó a través de fuentes primarias y secundarias de datos correspondientes a los municipios de Malinalco y Coatepec Harinas.
- Ponderación y retroalimentación a los modelos. Para esta etapa se utilizó el método Delphi. Expertos asignaron un valor numérico a cada indicador, considerando que la sumatoria de los indicadores daría un resultado del 100%.
- Componentes de innovación y desarrollo local. Mediante los indicadores propuestos a partir de los modelos, se procedió a identificar indicadores del desarrollo local, con la finalidad de realizar una relación directa con base entre desarrollo local e innovación.

Esta metodología permitió cumplir con el objetivo general, que consistió en *analizar la operatividad de tres modelos de innovación en dos destinos turísticos*

*del Sur del Estado de México, y su incidencia en el desarrollo local.* El análisis y la operacionalización van relacionados, y son partes del proceso que permitió medir la operatividad de los modelos.

La operacionalización de los modelos de innovación se realizó siguiendo la propuesta de Betancur (2017), que implica convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible a ser medido mediante la aplicación de un instrumento. Con base en los indicadores y variables derivados de la operacionalización se llevó a cabo la recolección de datos que permitiera identificar características de innovación en destinos turísticos. Para este análisis se seleccionaron Malinalco y Coatepec Harinas como destinos. Se encontró que Malinalco ha generado e introducido diversas innovaciones que le han permitido colocarse en la preferencia de los consumidores; la captación de su mercado lo ha ubicado en una zona de confort, por lo que las innovaciones han dejado de ser frecuentes. En Coatepec Harinas se identificó que las actividades turísticas no son fuente de ingresos relevantes para su economía; sin embargo, la generación de innovaciones para este municipio puede ser favorable para su desarrollo, por sus altas posibilidades de crecimiento en esa actividad.

A partir de la operacionalización de los modelos en destinos locales se estimó la operatividad de los modelos de innovación con base en la extensión de la realidad que es posible conocer. El resultado obtenido fue que el modelo de innovación turística es operativo en un 81.82%, la Matrix Innovatrix en un 76.92% y el Sistema nacional de innovación en un 70.83%.

Por otro lado, se observó que existe una vinculación entre la innovación turística y el desarrollo local. Esto se debe a que la innovación produce efectos en el medio en que se desarrolla, impactando así en el desarrollo local del destino. Esto se observó a través de una vinculación directa de indicadores, comparando 31 para innovación turística y 69 de desarrollo local.

## 2. Antecedentes

### *2.1. El papel de la innovación en el desarrollo del turismo*

Schumpeter (1934) analiza la innovación desde un punto de vista económico. A partir de él surgieron diversas corrientes con la finalidad de comprender la innovación, generando un cambio en su visión como punto clave para el capitalismo. De esta manera propuso su concepto de innovación: “producir otras cosas, o las mismas por métodos distintos”, explicando cinco categorías: introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad, método de producción, la apertura de un nuevo mercado, exclusividad de una fuente de materia prima o una nueva organización de cualquier tipo. Estudiosos de la innovación se han enfocando en tres elementos fundamentales: nuevas empresas, consecuencias de las innovaciones y, la empresa en la cual se desarrollan innovaciones.

Para Schenker y Brady (1989), relacionado con las empresas, la falta de personal cualificado, puede ocasionar perjuicios en las dinámicas innovadoras, lo cual se traduce en la falta de nuevos productos y procesos productivos. De forma similar, Gibbons y Johnson (1974), mencionan que la economía de las empresas y destinos, puede sostenerse mediante educación universitaria; esto se debe a su preparación para la solución a problemas y mejores habilidades para la búsqueda del conocimiento. A mayor capacitación se obtienen mayores resultados y el uso de la tecnología los hace más productivos, aumentando la producción y en consecuencia la utilidad (Gil, 1989).

Después de la segunda guerra mundial, inicia la sistematización de la actividad científica que se hasta el momento se había desarrollado de forma individual. Así, se da paso a la sistematización de los complejos procesos de I+D llevados a cabo por empresas y Estados. En los años 70s – 80s la empresa es protagonista de gran parte de las innovaciones, trabajabando de manera independiente, invirtiendo en investigación hasta obtener resultados. Posterior a los 80s, la innovación se entiende como parte de un proceso cíclico de renovación que considera el medio

que lo rodea. En esta caracterización, la empresa forma parte del entorno y el tipo de política que se adopta es de I+D+I, política de demanda (Freeman, 1975).

En cuanto a las políticas en torno de innovación, Landabaso (2000) menciona algunas deficiencias que han existido:

- Las empresas que desarrollan innovaciones se ven beneficiadas más que las empresas que no las realizan.
- Los sectores económicos que más se han beneficiado son los que tienen relación con el desarrollo de tecnologías de la información y comunicación.
- El uso excesivo de subvenciones como instrumento de ayuda a la promoción de innovación; y trámites burocráticos que detienen la solicitud.
- Hay regiones menos favorecidas en innovaciones, lo cual impide un desarrollo interno para el lugar.
- La falta de organización de políticas de formación, investigación y empresa, reduce los beneficios sociales.
- La poca participación de los agentes privados en las políticas, lo cual genera que las políticas tengan deficiencia al ser implementadas.

Así, se muestra a la innovación como un proceso dinámico en un ciclo de reestructuración, el cual desde sus inicios ha tenido modificaciones y adaptaciones, generando impactos endógenos y exógenos al ser parte de un proceso de cambio en puntos específicos. La aceptación e implementación son parte fundamental de la innovación, generando la capacidad de cambio y adaptación (Hall y Williams, 2008).

El Manual de Oslo (2006:56) define la innovación como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de una empresa, organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores”. Para que haya innovación, es necesario que el proceso, producto, comercialización y organización sean nuevos o significativamente mejorados para el lugar donde se aplican. En este sentido, las actividades innovadoras corresponden a las operaciones científicas, tecnológicas,

organizativas, financieras y comerciales que conllevan a la introducción de la innovación. Así, se destacan cuatro tipos de innovaciones: proceso, mercadotecnia, organización y producto. Cabe mencionar que no todo lo novedoso es considerado como innovación, algunos de los cambios que no se consideran innovaciones son:

- Sustitución o ampliación de equipos: adquisición de equipo moderno.
- Cambios que afecten variaciones del precio de los factores: devaluación de equipos.
- Producción personalizada: si los atributos de los productos antes fabricados no difieren significativamente de los otros, no se trata de innovación en producto.
- Modificaciones estacionales regulares y cambios cíclicos: con base en los ciclos y estaciones ubicadas por los empresarios no implica una innovación a menos que presente mejoras significativas.
- Comercialización de productos nuevos o significativamente mejorados; no constituye una innovación en producto ni para el mayorista, ni minorista.

Para el caso del turismo, la OCED, menciona que las categorías simples de innovación forman parte de otras más generales que dan paso a las demás (Hall, 2009), presentando categorías generales como son:

- Innovaciones en servicio o producto: son percibidas por los turistas y los motivan a consumir el producto o servicio. En los hoteles se relaciona con las instalaciones y servicio (Hall & Williams, 2008), como normalmente se ha manejado a través del tiempo y la opinión del cliente.
- Procesos: iniciativas detrás del producto, midiendo eficiencia, productividad y flujo. Considera la información y tecnologías de la comunicación, permitiendo reestablecer diversos procesos, lo cual lo logran con reuniones internas y externas (Buhalis & Law, 2008).
- Gerencial: Ottenbacher & Gnoth (2005), se refiere a las estrategias en mejora del servicio, venta, capacitación de empleados, control de costos, entre otras funciones del gerente.

- Administración: Hankinton (2004), las presenta como innovaciones en mercado, posicionando el servicio o producto en la preferencia del cliente, ofertando servicios complementarios para incrementar la entrada de dinero.
- Institucional: se presentan en forma de organismos que han realizado innovaciones en el pago de servicios y productos, generando desestabilización en las empresas pequeñas y consumidores. Hall & Williams (2008) mencionan que estas innovaciones se enfocaron a sistemas computacionales, permitiendo mejoras a costos mayores.

La innovación en el turismo es un área que aún se está explorando. Las categorías de innovación propuestas por los autores se continúan revisando desde diversas vertientes, permitiendo oportunidades para comparar niveles y medir las innovaciones en sectores base (Hall, 2009).

La actividad turística genera impacto en la economía a través del uso de los recursos. Sin embargo, Ávila (2005) menciona que no basta con poseer recursos para ser apreciados; es necesario contar con productos que permitan al visitante participar en actividades de interés. Esta visión ha permitido la evolución y crecimiento del turismo. El cambio constante de la demanda favorece el desarrollo de la actividad en espacios que anteriormente no se percibían. El desarrollo turístico es una actividad cuya evolución depende de “estrategias de diseño, promoción y comercialización, cuidadosamente estudiadas y planificadas”.

Parte de la evolución de la actividad turística está basada en innovaciones. Éstas pueden ser cerradas (dadas al interior de la empresa), o abiertas (en las que se reconoce la necesidad del trabajo en conjunto dentro o fuera de la empresa). Los procesos de innovación generan un valor a través el desarrollo de nuevos productos (Iglesias, 2017), buscando la competencia en cuanto al uso de las ideas internas con el esfuerzo externo (Villaseca, 2014), tratándose de una transferencia bidireccional (González y García, 2011). Langlois (2002) afirma que la implementación de una innovación implica una apertura de la estructura organizativa al exterior, posibilitando la introducción de ideas y proyectos definiendo su estrategia.

La industria turística está en constante competencia y las características del mercado, específicamente el perfil del turista, cambian constantemente. Esto señala la necesidad de generar innovaciones para mantenerse posicionados y conservar su competitividad (Hall & Williams, 2008).

Iglesias (2017) plantea tres factores que influyen directamente en el sector turismo, y se relacionan con innovación:

- Globalización: proceso de integración e interacción a todos los niveles, generando competitividad en todos los sectores, apertura de mercados.
- Perfil del turista: al estar más informado el turista, se vuelve más exigente y tiene más opciones para elegir, él mismo puede planear su viaje decidiendo sus puntos de interés mediante el uso de diversas plataformas que dan información de los sitios antes de visitarlos.
- La sostenibilidad, la sociedad, economía y el medio ambiente se deben considerar por el sector, minimizando impactos dañinos para el destino.

Como beneficios de la innovación en turismo destacan: apertura de ideas sin restricciones, estimulación de la innovación interna y generación de sinergias, reducción y control de los costos; los riesgos e ideas compartidos son parte de la experiencia (Ayneto, 2007).

La política pública local relativa al turismo, requiere la intervención de los sectores y agentes económicos directamente implicados. A partir del consenso con la comunidad residente se pueden configurar productos originales y únicos. Esto permitiría el posicionamiento dentro del mercado, y la ampliación del segmento actual. Los constantes cambios en las formas de consumo generan la diversificación de los productos y nuevas conceptualizaciones, como la *economía y sociedad de la experiencia*, en la que lo primordial es la vivencia (Barrado, 2005).

De esta manera, la innovación se convierte en una herramienta para desarrollar la competitividad en el turismo y los destinos (Hjalager, 2010). La innovación permite posicionarse en el mercado como líder, adoptando y lanzando servicios, productos

y experiencias innovadoras. Así, se plantean modelos de producción, innovación, competitividad y desarrollo para destinos turísticos, que presentan los factores implicados en el proceso de innovación.

## ***2.2. Modelos de innovación para el turismo***

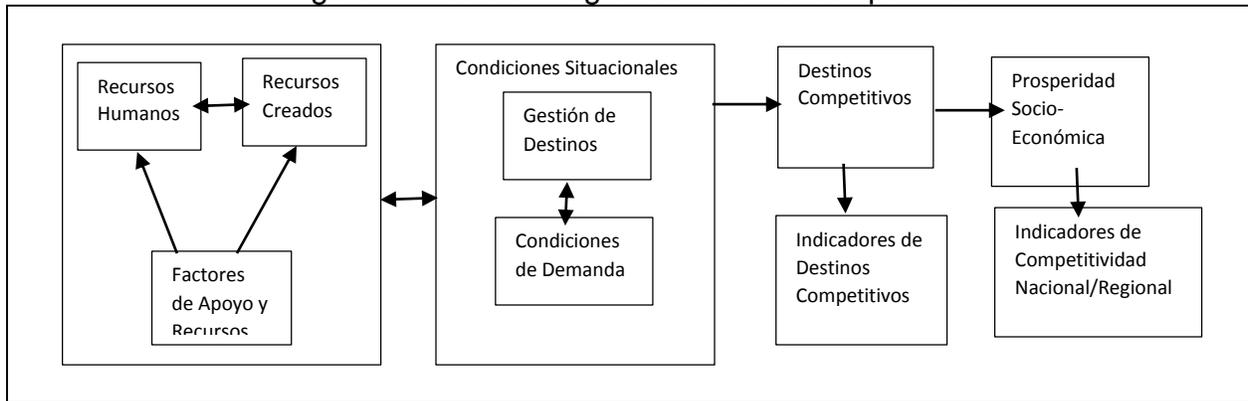
El objetivo principal de todo destino turístico es la competitividad (Ejarque, 2005). El incremento de destinos turísticos se traduce en una mayor oferta para los turistas. Aquellos son también reflejo de los cambios de comportamiento, exigencia del consumidor, nuevos segmentos, la revalorización de recursos naturales y culturales, así como la especialización de los agentes turísticos. En este sentido, los factores explicativos de la competitividad de destinos, respaldan la planificación y gestión turística, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes de manera rentable y mejorar la oferta (Jiménez, 2012).

Con la finalidad de explicar cada uno de los componentes del turismo en relación con la innovación, se han ajustado conceptos y herramientas de análisis (2012). Se han propuesto modelos para el análisis de destinos turísticos. Sin embargo, algunos de estos modelos carecen de vinculación con los sistemas de medición, o, por el contrario, los estudios cuantitativos no se fundamentan en modelos explicativos (Aquino, 2012).

Algunos modelos han resaltado el análisis de los factores que determinan la competitividad de un destino en comparación con otro. Algunos ejemplos de estos modelos: diamante de Porter (1990), competitividad de destinos turísticos Crouch y Ritchie (2000; 2003), modelo integral del destino competitivo de Dwyer y Kim (2003), la rueda de innovación de Sarkar (2010), el contexto innovador de Álvarez (2008), el enfoque lingüístico de Fuzzi de Xu (2006, 2008), el Manual de Frascati (OCDE, 1996), C. Michael Hall y Allan M. Williams Sistema Nacional de Innovación (2008), y el libro verde de la innovación (Unión Europea, 1995).

El Modelo integral de Dwyer y Kim (2003), se compone de tres grupos de factores: recursos, entorno, gestión y condiciones de la demanda. En conjunto, estos factores son indicativos de la competitividad del destino (Figura 1).

Figura 1. Modelo integral del destino competitivo

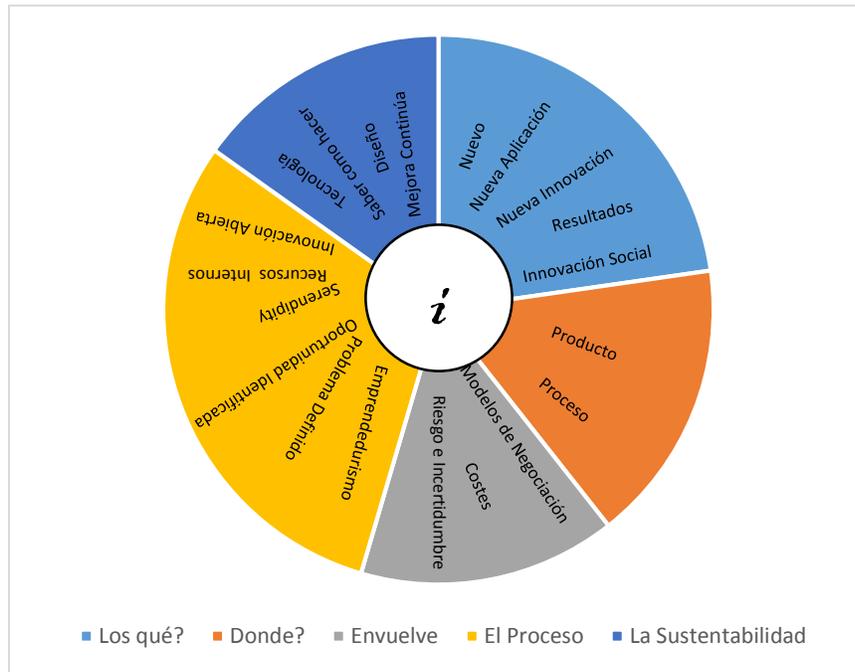


Fuente: Jiménez (2012), citando a Dwyer y Kim (2003).

Este modelo divide los recursos en heredados (naturales y/o culturales) y creados (servicios complementarios, eventos especiales, tiendas). Las condiciones situacionales, se refieren al entorno externo e interno y el impacto que tienen dentro del destino, controlando lo que se puede y preparando estrategias para lo que no se puede contener. La competitividad del destino se vincula con los elementos anteriores y deriva en la prosperidad económica de la región y habitantes de la zona.

Sarkar propone una visión integral de la innovación a través de su *Rueda de innovación* (Figura 2). Esta rueda identifica niveles de innovación. El *qué* permite comprender el concepto de innovación; el *dónde* se refiere a los tipos de innovación que hay; el *envuelve* refiere lo que involucra la innovación; el cuarto es el proceso general de innovación y, por último, la sustentabilidad de la innovación (Sarkar, 2010, citado en Barbosa de Sousa, et al., 2012).

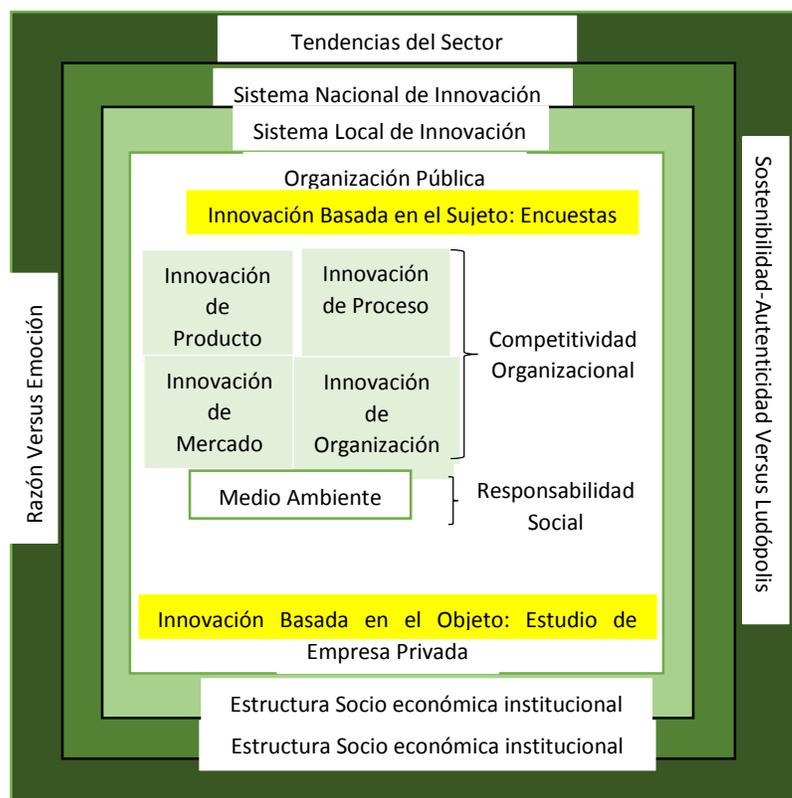
Figura 2. Rueda de la innovación



Fuente: Barbosa de Sousa, et al. (2012), modificado de Sarkar (2010)

El modelo de innovación que presenta Álvarez (2008), se enfoca en innovaciones y el contexto innovador, considerando: cambio social, tipos de innovaciones, motivaciones para introducirlas, efectos y obstáculos en caso de no introducción.

Figura 3. Innovaciones y Contexto Innovador



Fuente: Álvarez Sousa (2008).

El modelo de Álvarez (2008), propone aspectos teóricos identificados a partir de varios casos de estudio, considerando las etapas de cambio en el turismo y los cambios en la estructura de la sociedad:

- Turismo asociado con peregrinaciones en la búsqueda del encuentro para con un ser sobrenatural.
- Evolución medieval, transición del poder de la Iglesia al Estado, surgen viajes de la nobleza en búsqueda del saber y relación social.
- Revolución Industrial y Francesa (Burguesía), similar al turismo de nobleza, más extendido y relacionado con una nueva forma de vida, el comercio, espionaje industrial, etc.
- Cambios a finales del siglo XIX y principios del XX, viajes a grupos más amplios, cambio la organización que ahora con transporte colectivo se puede hacer turismo en grupo.
- Consumo de masas después de la segunda guerra mundial y desarrollo del estado de bienestar social llevan al turismo de masas. Desarrollo de zonas tomando el turismo como recurso de desarrollo.
- Finales del siglo XX turismo sostenible, surgen centros de ocio y diversión (ludópolis) dejando de lado la sostenibilidad.
- Nuevas formas y prácticas de turismo con relación a las emociones y tecnología.
- Diferenciación / producción en masa.

Tendencia del sector turístico: ideología que se inclina a determinada actividad de forma masiva.

- Razón versus emoción: Razón (se dirigen por la inteligencia, buscan el confort físico, tecnología, la tangibilidad, nuevos productos, uniformidad,

bajo costo-mercado de productos tangibles-) y emoción (emociones, confort espiritual, historias, ritos, valores, corazón, lo que se percibe es lo más importante -sensaciones, subjetivo-).

- Diferenciación versus unificación-bajo coste: bajo coste (parte de las estrategias reglas y condiciones dadas, ventajas competitivas, mantener el mercado, especialización, aprovechar ventajas y capacidades, limitaciones tradicionales) diversificación (es posible modificar las condiciones, saltos para dominar el mercado, gran masa de compradores, una empresa se ve limitada con lo que ya tiene, más allá de la oferta tradicional)
- Sostenibilidad-autenticidad versus ludópolis: Sostenibilidad (trabajo en conjunto para lograrlo, cuidando el medio ambiente, gobernabilidad, políticas, estar en armonía con el medio en general, turismo responsable), ludópolis (relación entre los juegos institucionalizados, cuyo soporte son equipamientos colectivos lúdicos, centros de atracciones especializados, entre otros).

Sistema nacional de Innovación: el medio en el que se desarrolla la innovación y los elementos que lo regulan y como condicionan al sujeto, toma en cuenta recursos humanos, conocimientos, transmisión y aplicación del conocimiento, financiamiento de la innovación, resultados y mercado.

- Estructura social, económica, institucional (política): manera en la que encuentra organizado, regularizado y jerarquizado el entorno y sus componentes

Sistema local de innovación: la regulación de la innovación en ese nivel y como afecta a su medio, tomando en cuenta todos los factores involucrados

- Estructura social, económica, institucional (política): manera en la que encuentra organizado, regularizado y jerarquizado el entorno y sus componentes
- De manera general el modelo se desarrolla para la innovación turística, partiendo de la diversificación de varios modelos y autores; permitiendo el

desarrollo/adaptación de modelos para tratar de explicar la realidad que los rodea y como pueden incidir en la sociedad.

El modelo de Ayestarán (2011) es un modelo de innovación social (Figura 4). Este modelo se enfoca en los impactos generados al introducir una innovación en la sociedad. Se enfoca en dos elementos principales: la destrucción creativa y destrucción destructiva; las cuales posibilitan o frenan la aceptación de la innovación en determinado medio. Este modelo permite identificar de donde surgen las innovaciones, qué tan originales pueden llegar a ser, tiempo de introducción, tipo de conocimiento que se utilizó para generarla. Muestra un panorama general de las innovaciones dentro de la sociedad.

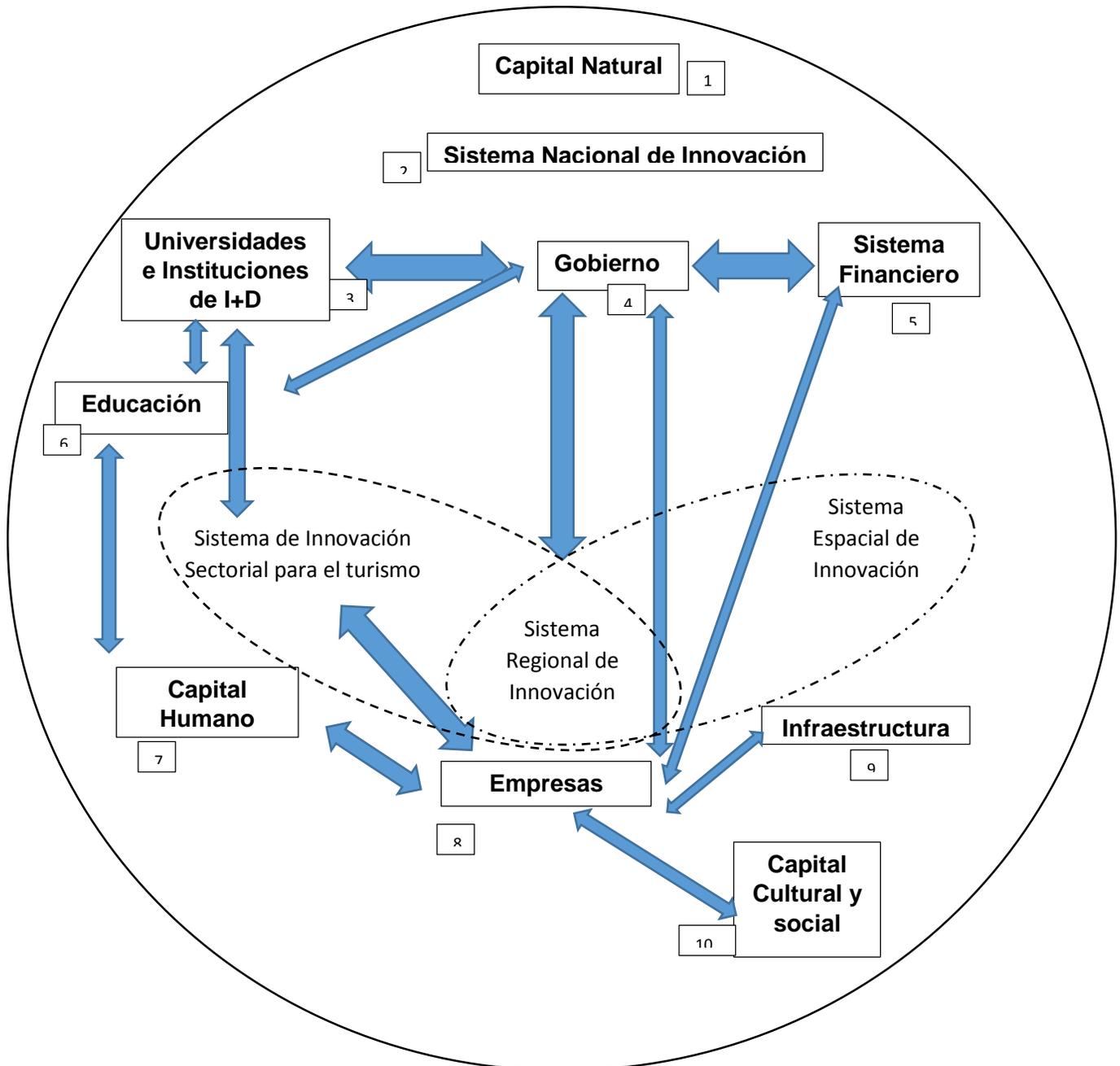
Figura 4. Matrix Innovatix. Modelo para la actividad innovadora.

Matrix Innovatrix: Modelo para la actividad innovadora Marco epistémico y axiológico de la innovación social		
Novedad	X1	Identificación de la originalidad, especificidad, irrupción...
Origen	X2	Endógena, exógena, mixta ...
Marco axiológico	X3	Conjunto de valores desde el que se evalúa (políticos, económicos, sociales, jurídicos, culturales, éticos, estéticos, religiosos, ecológicos...)
Espacio	X4	Micro-meso-macro-mega-escala, local-regional-nacional-supranacional, situado-global, físico/real-virtual,...
Tiempo	X5	Corto-medio-largo plazo, procesos entrópicos, generaciones actuales-futuras...
Conocimiento	X6	Formal-informal, tácito-explicito, teórico-práctico, heredado-nuevo, público-privado, experto-profano, seguro-incierto, ...
Complejos	X7	Redes, sistemas, dispositivos, ...
Alteraciones	X8	Transformaciones, perturbaciones, inmutaciones, bifurcaciones, destrucciones, crisis, colapsos, ...
Riesgos	X9	Posibles, plausibles, probables, ...
Consecuencias	X10	Previstas, imprevistas, directas, derivadas, ...
Cada componente y el conjunto de todos los demás son evaluados en un sistema base de valores valores $\vartheta = \{v_j\}$ talque $AA = \{X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}\}$ es preferible a $A' = \{X'_1, X'_2, X'_3, X'_4, X'_5, X'_6, X'_7, X'_8, X'_9, X'_{10}\}$ , $AA \gg A'$ , si y sólo si: Condición General: $\square \square i, j: 1, \dots, 10, v_j (X_i) \gg v_j (X'_i)$ .		

Fuente: Ayestarán, 2011

El modelo de Hall y Williams (2008) se enfoca en identificar los actores y las relaciones existentes dentro del sistema nacional de innovación (Figura 5). Permiten la identificación de componentes de innovación, así como el desarrollo dentro del destino.

Figura 5. Sistema Nacional de Innovación.



Fuente: Hall y Williams, 2008

Los modelos de innovación presentan características particulares que son aplicadas al contexto del turismo. En conjunto, permiten explicar cómo surgen la innovación, competitividad, el medio en que se desarrollan y sus efectos. El análisis de la operatividad de los modelos permite identificar su grado de adecuación en la explicación de la innovación.

La innovación turística genera impactos dentro de las diferentes áreas de las empresas, mismos que se ven reflejados en el medio que se aplican, en las diversas áreas relacionadas con el turismo, desde hotelería, restaurantes, agencias de viajes, tour operadoras, CIP's, destinos tradicionales, actividades culturales, sociales, sol y playa; en las cuales permanecer en la preferencia del cliente es el objetivo que se desea alcanzar, esto mediante la calidad y servicios en sus productos ofertados.

La introducción de innovaciones en determinado espacio puede impactar en el desarrollo local del mismo. Las innovaciones generan cambios directos e indirectos al medio en que se introducen; algunos cambios suelen ser para un bien común y otros se dan de manera aislada, impactando a áreas específicas. Sin embargo, los efectos de estos cambios conllevan al desarrollo paulatino de los espacios y su medio. Algunos de los rubros en donde se produce este impacto son: inversión en nuevas industrias, organización social y situación social y económica de la comunidad, certificaciones de calidad y escolaridad de la población.

### ***2.3. Desarrollo local y turismo***

El desarrollo se ha visto desde diferentes perspectivas, según la disciplina desde la que se explica. El abanico de disciplinas conlleva diferencias en el planteamiento del concepto de desarrollo, propuestas metodológicas, indicadores, teorías y su relación con el medio. De acuerdo a su finalidad, las disciplinas buscan adecuar e identificar variables para su campo de estudio.

Una de las estrategias utilizadas para promover el desarrollo fue "Polos de desarrollo". Esta estrategia tuvo injerencia en políticas públicas de desarrollo

regional en las décadas de los sesenta y setenta. Los “polos” eran ciudades elegidas por el poder político para impulsar la localización de industrias, dando énfasis a la dimensión económica del desarrollo (Ferrás y Paredes, 1999). En contraste, el desarrollo local tiene como base lo social. La comunidad local como protagonista de su propio desarrollo, a partir de potencialidades y de la puesta en valor de los recursos locales. Como parte del desarrollo local, se han propuesto conceptos relacionados con funciones, proposiciones y operaciones de la puesta en valor de los recursos locales. Los elementos fundamentales del desarrollo local son (Di Pietro, 2001):

- Sociedad local: identidad colectiva expresada en valores y normas, que son adoptadas por miembros de un territorio. La población local se interrelaciona en torno a procesos locales económicos, como sistema de acción en un territorio limitado, capaz de generar bienes y valores en común.
- Territorio: espacio que se convierte en real, vivo, postulante, e integral por medio de la construcción social cotidiana, y la interacción del hombre con su entorno. Con esta base, el territorio resulta un entorno activo, dinámico, facilitador de cambio y cooperación activa.
- Identidad local: cuando la sociedad forma parte del mismo sistema, hay pertenencia a una comunidad; lo que conlleva a reconocerse como parte del sistema colectivo compartido.
- Actor local: individuos, grupos o instituciones que tienen participación en la toma de decisiones, ligados a la acción sobre el terreno (sociedad).
- Agentes del desarrollo: participantes en política, economía, sociedad y cultura; proponen la realización de oportunidades locales, destacando la calidad de procesos.
- Sociedad civil: conformada por organizaciones intermediarias de apoyo (ONGs, institutos, fundaciones, juntas vecinales y centros comunitarios) que son la base para la implementación de estrategias de participación ciudadana para la toma de decisiones públicas y su supervisión.

- Lógica territorial: función de reunir razones de los actores que se encuentran en el medio, y mediar propuestas para llegar a consensos y acuerdos, respetando diferencias.
- Proyecto de desarrollo: utiliza posibilidades que surgen con tendencias para adaptarlas a resultados específicos.

El proceso de desarrollo es paulatino; implica tensiones, conflictos e intereses personales. La consideración del perfil social y cultural del espacio, así como el nivel de desarrollo de la colectividad, permite la integración de aperturas e innovaciones en prácticas conocidas de desarrollo, y la acción oportuna (Bustos Cara, 2004). La cultura, se convierte en el motor necesario, la fuerza endógena que moviliza las energías locales para el desarrollo en los ámbitos económico, social, técnico y ambiental, procurando la solución de problemas de crisis y desequilibrio.

Arocena (2004) propone que la dimensión local es un lugar de articulación entre procesos racionales de desarrollo e identidades locales necesarias para dinamizar esos procesos. Para Di Pietro (2001) los elementos clave del desarrollo son: información y conocimiento más asociatividad, poder político colectivo, donde el conocimiento está en el entorno del sistema, lo interno del sistema y la interacción. Más allá de un enfoque económico, el desarrollo local requiere el involucramiento de la comunidad para proponer proyectos que respondan a la decisión política; es una tarea de responsabilidad sociocultural (Mantero, 2004).

Mantero (2004) identifica que el desarrollo local implica ciertas condiciones:

- Dimensión territorial como espacio determinado por historia, cultura y recursos concretos.
- Los miembros se unen por un sentimiento de pertenencia y lazos de solidaridad.
- Base en una fuerza endógena – la capacidad de una colectividad para asumir el reto de su desarrollo.

- Voluntad de concertación y establecimiento de mecanismos de asociación e inclusión.
- Supone la recuperación de valores democráticos a través de estrategias participativas y responsabilidad social.

El desarrollo local depende de la articulación y el aprovechamiento de los recursos disponibles y con potencial, con el propósito de satisfacer las necesidades y problemas básicos de la población. El desarrollo económico requiere aspectos claves: estructura productiva, mercado de trabajo, capacidad empresarial, recursos naturales y ambientales, estructura social y política (Albuquerque, 1997). La planificación del desarrollo, a través de recursos y atractivos naturales, patrimoniales o culturales, busca mejorar condiciones de vida de una población específica (Narváez y Fernández, 2013).

La vinculación con el turismo a través del uso de recursos y atractivos en aras del desarrollo local. A partir de esto se genera un dinamismo basado en innovación y movilización de actores, creando interrelaciones para alcanzar objetivos en conjunto y particulares. El beneficio generado es, en un principio, aislado; sin embargo, al paso del tiempo genera competencia interna, iniciando de manera paulatina el proceso de desarrollo. Este proceso impacta la sociedad, mejorando su infraestructura, estructura, y adaptando la superestructura en beneficio de los residentes.

Bertoloncello (2002:43) menciona la “atención a la creación de valor para el turismo se da en el origen, si podemos hacer coincidir los sentidos de origen y destino, ambos estarán satisfechos y lo auténtico recuperaría su valor” (Bustos Cara, 2004). “La creación de valor de lo auténtico lleva al desarrollo local” (Bertoloncello, 2002:43).

La actividad turística puede contribuir a la solución de los problemas internos, también puede tener aspectos negativos. El turismo importa productos con la finalidad de abastecer la demanda de los visitantes; genera un uso excesivo de servicios y recursos que llegan a afectar a la comunidad receptora; la inversión suele provenir de capital extranjero, generando un control de la actividad por

organizaciones extranjeras, las cuales tienen poco compromiso con la localidad; la demanda de la actividad puede estar en conflicto con las necesidades de los residentes; si no se planifica, puede haber un desarrollo económico inapropiado (Narváez y Fernández, 2013).

Considerando que el desarrollo local implica: el espacio definido por sus componentes (naturaleza, cultura, recursos), la unión de los miembros por un objetivo colectivo, la ideología de la comunidad para enfrentar retos, y la participación activa de los actores, implica un trabajo en conjunto en todos los niveles. En este contexto, el turismo toma relevancia para el desarrollo, pues genera impactos que van desde el flujo de efectivo hasta la regulación de los servicios públicos dentro del destino, ayudando a generar mejores espacios, servicios, productos, ayudando de manera paulatina a la comunidad.

### 3. Hipótesis y objetivos

#### ***4.1. Planteamiento del problema***

La innovación se encuentra inmersa en todos los campos de estudio; el turismo debido al constante cambio en que se desarrolla, ha generado innovaciones que impactan en el medio. La innovación en el turismo se ha tratado de explicar a través de sus actores, recursos, políticas, entre otros. Para esto se han elaborado modelos teóricos que permiten analizar el contexto de la innovación y sus posibles causas-efectos. Sin embargo, se desconoce la operatividad de estos modelos en el contexto local de los destinos turísticos.

#### ***4.2. Justificación***

Existen modelos teóricos que detallan el contexto, elementos y características de la innovación; sin embargo, se desconoce su operatividad en destinos locales. El análisis de tres modelos permitirá identificar los componentes, características, sistema y contexto de la innovación vinculada al turismo, a partir de los cuales se pretende establecer su operatividad, y la incidencia de la innovación en el desarrollo local.

El trabajo se realizará en destinos turísticos con características geográficas similares y desarrollo diferenciado en cuanto a productos y servicios.

#### ***4.3. Pregunta de Investigación***

¿Cuál es la capacidad operativa de los modelos de innovación en destinos turísticos del Sur del Estado de México para el desarrollo local?

#### ***4.4. Objetivos***

- Analizar la operatividad de tres modelos de innovación en destinos turísticos del Sur del Estado de México, y su incidencia en el desarrollo local.

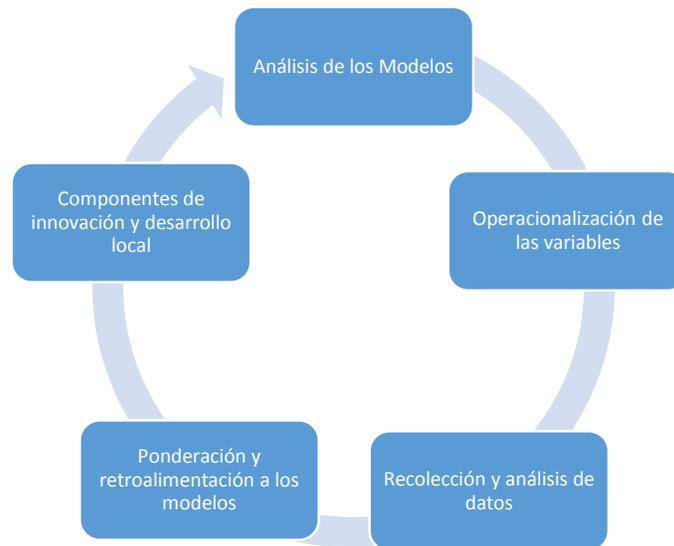
#### 4.4.1. Específicos

- Analizar la aplicabilidad de tres modelos de innovación al contexto local del sector turístico
- Analizar la innovación turística en dos destinos del sur del Estado de México
- Establecer la relación entre la innovación turística y el desarrollo local a partir de la vinculación de indicadores

#### 4. Descripción metodológica

La metodología consideró el análisis de tres modelos de innovación; la operacionalización de los mismos y sus variables; la recolección y tratamiento de los datos; la ponderación y retroalimentación de los modelos, concluyendo con la identificación de una relación entre los indicadores de innovación y desarrollo local.

Figura 6. Proceso metodológico



Fuente: Elaboración propia.

1. Análisis de los modelos de innovación. El análisis de los modelos se llevó a cabo mediante una revisión de literatura, identificando los modelos que presentaran un mayor número de características relacionadas con la innovación. Para esto se partió de la identificación de los componentes de innovación e indagaron los conceptos/definiciones disponibles, así como las características presentes en el concepto o definición, de acuerdo con el contexto. También se consideró el objetivo para el cual fueron diseñados los modelos y su utilidad en la investigación. Una vez obtenida esta información se procedió a la selección y análisis de tres modelos: Álvarez, et. al. (2008),

Ayestarán (2011), y Hall y Williams (2008), lo cual permitió continuar con el proceso de operacionalización.

2. Operacionalización de los modelos. El proceso de operacionalización se desarrolló con base en el análisis de los modelos seleccionados. A partir de este análisis se consideraron: categoría (elemento del modelo), definición o concepto (relacionado al contexto), dimensión (cualidades derivadas del concepto), indicador (conjunto de datos concretos que dan nociones sobre un tema), variable (cualidad presente que difiere entre individuos) y unidad de medida (cualidad que existe en la realidad). La operacionalización de los modelos sirvió como base para la recolección y análisis de los datos en dos destinos turísticos. Los destinos seleccionados fueron Malinalco y Coatepec Harinas, por tener un desarrollo turístico diferenciado que permitiría probar los modelos en contextos diferentes.
3. Recolección y análisis de datos. El punto de partida para la recolección y análisis de datos fueron las variables de los modelos. De acuerdo a la naturaleza de las variables, se definió la información que podría obtenerse de fuentes secundarias y primarias. Se consultaron fuentes oficiales con la finalidad de obtener la mayor cantidad de información disponible; para la restante, se procedió con el diseño de los instrumentos a cuatro grupos poblacionales: comunidad local (600), visitantes (350), empresas (40) y representantes municipales (2). El análisis de la información obtenida se llevó a cabo mediante medidas de tendencia central: moda y media; esto permitió obtener un dato concreto que ayudara a conocer el estado de los destinos propuestos en relación a la innovación.
4. Ponderación y retroalimentación a los modelos. Para la ponderación de indicadores, éstos se agruparon en categorías para obtener un total de 31. Para estimar el valor de cada indicador se aplicó el método Delphi. seis expertos en el área de la innovación vinculada al turismo asignaron un valor numérico a cada indicador, considerando que la sumatoria de los indicadores daría un resultado del 100%. Esta ponderación permitió retroalimentar los modelos mediante los indicadores, a través de su valor operativo,

relacionándolo con indicadores y variables que se propusieron para cada modelo.

5. Componentes de innovación y desarrollo local. Para explicar la relación entre la innovación y el desarrollo local se hizo una vinculación entre los indicadores de ambos. Los indicadores del desarrollo local se seleccionaron mediante la revisión de literatura que plantea indicadores que han sido estructurados y aplicados en determinado medio. De esta manera se planteó una relación directa entre los indicadores de innovación y desarrollo local.

## 5. Resultados

Con la finalidad de seleccionar los modelos a ser trabajados se realizó la revisión de bibliografía de los modelos de innovación, revisando sus componentes y la información disponible, seleccionando los que tuvieran mayor número de características disponibles. Con base en este análisis se presentan los resultados en los siguientes apartados.

- Operacionalización de los modelos de innovación en turismo.

En este artículo se presenta el proceso para la operacionalización de los modelos de innovación seleccionados, con base en los elementos que contiene cada uno de éstos. Para esto se tomó como base a Betancur (2017), quien propone una metodología para operacionalizar variables teóricas, seleccionando solo las características de interés para los modelos turísticos, y estableciendo de esta manera parte del proceso a seguir para alcanzar el objetivo propuesto en la investigación.

- Innovación en destinos turísticos locales

La innovación como una parte fundamental para el desarrollo y establecimiento de nuevos destinos turísticos. A partir de la comunidad, espacio, población, recursos, servicios, se crean combinaciones que generan atracción para visitantes. Su desarrollo como destino está ligado al número de innovaciones se introducen y aprovechan. La finalidad es atraer un mercado en general para después especializarse en un segmento; de esta manera los destinos captan su mercado potencial, logrando posicionarse como competidor para los demás. Este apartado aborda el estado de innovación identificado a través de los modelos propuestos para ser trabajados en los dos destinos seleccionados. Se hace una descripción de los destinos y sus innovaciones a través de la recolección de los datos y el análisis de la información, con la finalidad de identificar y describir elementos de la innovación en los destinos. Como resultado, se presenta un panorama general del municipio y su estado actual en cuanto a innovaciones se refiere.

- Ponderación y retroalimentación los modelos de innovación

El documento presenta el proceso de ponderación de los indicadores de innovación mediante el método Delphi; el cual consiste en reunir la opinión de mínimo seis expertos para su validez. De acuerdo a la ponderación se determina el valor de los modelos, de acuerdo a los indicadores que cada uno contempla.

- Relación entre innovación turística y desarrollo local

Este apartado presenta la vinculación que existe entre la innovación turística y el desarrollo local, a través de una relación directa entre sus indicadores. Esta relación permite considerar el impacto que tiene la innovación en el desarrollo, así como sus causas y consecuencias, siendo medidas estas a través de indicadores.

### **5.1. Artículo: *Operacionalización de modelos de innovación en turismo***

La innovación es fundamental para el desarrollo y mejora de productos o servicios en turismo. Para su análisis, se han propuesto diversos modelos que examinan la innovación y su contexto. Este documento tiene el propósito de exponer el proceso de operacionalización de modelos de innovación en turismo. Se seleccionaron tres modelos. A partir de sus elementos principales, se identificaron y determinaron: categoría, dimensión, indicador, variable y unidad de medida. Como resultado, se obtuvieron 126 variables, agrupadas en 66 indicadores. Se argumenta que la operacionalización de los modelos, a partir de las variables sirve como herramienta para el análisis de la innovación en un contexto local.

Palabras clave: Innovación; proceso de operacionalización; turismo.

#### *Introducción*

La innovación es un proceso que genera cambios en un producto o servicio, radicales o incrementales, de acuerdo al impacto que producen. Con la finalidad de identificar y medir estos impactos, se han propuesto conceptos de innovación con diferentes enfoques; así como modelos de innovación. Los modelos tienen el propósito de explicar dicho fenómeno mediante componentes que lo identifican, y sus relaciones entre ellos. Partiendo de trabajos realizados a partir de Schumpeter (1934), se han propuesto modelos de innovación; sin embargo, a partir de los modelos, es necesario desarrollar un proceso de operacionalización, que permita generar información sobre la innovación y su contexto en un espacio determinado, para la toma de decisiones.

Con este propósito, se presenta una propuesta de operacionalización de modelos de innovación en turismo a partir de sus componentes, que se traducen en conceptos, indicadores y variables, reflejándose en una unidad de medida.

#### *Visión de la innovación*

Los inicios de los estudios de innovación adoptan un punto de vista económico (Schumpeter, 1934). A partir de éste surgen diversas corrientes Bianchi (2006),

identifica tres de manera general: la del Marx “la actividad humana cognoscente (praxis) como motor de la historia”; La introducción del individualismo metódico (Schumpeter); EL baremo neoclásico. Y dos actualmente divididas que son: neoschumpeterianas y evolucionistas. Visualizando la innovación como punto clave para el capitalismo, proponiéndose como primer concepto: “producir otras cosas, o las mismas por métodos distintos”. Identificando en sus inicios de la innovación cinco categorías de manera general: introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad; introducción de un nuevo método de producción; la apertura de un nuevo mercado; exclusividad de una fuente de materia prima; una nueva organización de cualquier tipo. Con base en estas categorías, el enfoque ha sido en tres elementos fundamentales: nuevas empresas, consecuencias de las innovaciones y, la empresa en la cual se desarrollan innovaciones.

Desde el punto de vista de la empresa como ente generador de innovación Schenker y Brady (1989), mencionan que la falta de personal cualificado, puede ocasionar perjuicios en las “dinámicas innovadoras”, lo cual se traduce en el desarrollo de nuevos productos y procesos productivos. Para Gibbons y Johnson (1974), la importancia de la educación para la innovación Ellos afirman que la economía de empresas y destinos puede sostenerse mediante una educación universitaria, puesto que la preparación y habilidades que se desarrollan para la búsqueda del conocimiento contribuyen a la solución creativa de problemas. A mayor capacitación se obtienen mayores resultados y, aunado al uso de la tecnología, se puede aumentar la producción y en consecuencia la renta (Gil, 1989).

Kanter (citado por Hall & Williams, 2008) presenta una definición más completa de innovación como la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, servicio o producto. La aceptación e implementación son parte fundamental de la innovación, generando la capacidad de cambio y adaptación. Al ser productor de cambio la innovación comenzó a tener diversas aplicaciones, ya no solo en la empresa.

Debido a esto después de la segunda guerra mundial se empezó a sistematizar la actividad científica, que hasta el momento se había desarrollado de forma individual; así, se dio paso a la sistematización de los complejos procesos de I+D llevados a cabo por empresas y Estados. En los años 70s – 80s la empresa es la protagonista de gran parte de las innovaciones, trabajabando e invirtiendo de manera independiente. En la década de los 80s, la innovación empieza a entenderse como parte de un proceso cíclico de renovación, teniendo en cuenta el medio que lo rodea, y la empresa forma parte del entorno. El tipo de política que se adopta es de I+D+I, política de demanda (Freeman, 1975).

Sin embargo, las modificaciones y avances que se han dado en las políticas de innovación a lo largo del tiempo no han sido suficientes para mitigar las deficiencias que han existido. Landabaso (2000) menciona algunos desafíos que enfrenta la innovación:

- Los sectores económicos que se han beneficiado son los que tienen relación con el desarrollo de tecnologías de la información y comunicación.
- Existe un uso excesivo de subvenciones como instrumento de ayuda a la promoción de innovación, pero trámites burocráticos detienen la solicitud.
- En regiones menos favorecidas en innovaciones, se observa un retraso en el desarrollo interno del lugar.
- Los beneficios sociales se ven reducidos debido a la falta de organización de políticas de formación, investigación y empresa.
- La poca participación de agentes privados en el desarrollo de la política pública genera que las políticas tengan deficiencia al ser implementadas.

Los desafíos presentados muestran la importancia que genera la insuficiencia en innovación, desde la administración de recursos, produciendo sub desarrollo, comunicación limitada, problemas en la sociedad; efectos de han llevado a la reconstrucción del concepto hasta nuestros días con el Manual de Oslo.

El Manual de Oslo (2006:56) define la innovación como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo, en

las practicas internas de una empresa, organización del lugar de trabajo o relaciones exteriores”. Las actividades innovadoras corresponden a las operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conllevan a la introducción de la innovación. Se destacan cuatro tipos de innovaciones: proceso, mercadotecnia, organización y producto. Sin embargo, cabe mencionar que no todo lo novedoso es considerado como innovación; por ejemplo, la sustitución o ampliación de equipos; los cambios que afecten variaciones del precio de los factores; o la producción personalizada cuando los atributos del producto no difieren.

La OCDE (2011), menciona que las categorías simples de la innovación forman parte de otras más generales que dan subsecuencia a las demás. Las categorías generales son:

- Innovaciones en servicio o producto: son percibidas por los turistas y elije consumir el producto o servicio. En los hoteles se relaciona con las instalaciones y servicio (Hall & Williams, 2008), como normalmente se ha manejado a través del tiempo y la opinión del cliente.
- Procesos: iniciativas detrás del producto, midiendo eficiencia, productividad y el flujo. Teniendo en cuenta la información y tecnologías de la comunicación menciona Buhalis & Law (2008), permitiendo reestablecer diversos procesos, lo cual lo logran con reuniones internas y externas.
- Gerencial: Ottenbacher & Gnoth (2005), se refiere a las estrategias en mejora del servicio, venta, capacitación de empleados, control de costos, entre otras funciones del gerente.
- Administración: Hankinton (2004), las presenta como innovaciones en mercado, posicionando el servicio o producto en la preferencia del cliente, ofertando servicios complementarios para incrementar la entrada de dinero.
- Institucional: se presentan en forma de organismos que han realizado innovaciones en el pago de servicios y productos, generando desestabilización en las empresas pequeñas y consumidores, menciona

Hall& Williams (2008), que estas innovaciones se enfocaron a sistemas computacionales, permitiendo mejoras a costos mayores.

#### *Innovación turística*

Uno de los impactos más importantes de la innovación en el turismo se refiere al transporte; y el libre tránsito entre países se ha facilitado cuando el motivo del desplazamiento es participación en actividades de ocio. Esto ha permitido la generación de capital para el destino visitado y la activación o reactivación de la economía. En la búsqueda de un mayor recurso económico los destinos turísticos deben usar sus ventajas comparativas para generar competitivas, las cuales se desarrollan a través de la industria mediante el proceso productivo de la generación de valor agregado, teniendo en cuenta todo el proceso que implica el viaje, el antes, durante y el después. En este sentido, los componentes temporales de la experiencia pueden ser mejorados por la innovación.

Con la finalidad de tener una mayor participación en los mercados turísticos, los destinos deben innovar constantemente, enfocándose en la generación y transmisión de contenido que permitan captar la atención de los potenciales turistas. Con base en lo anterior Villasante (2016:8) identifica tres conceptos en los que es posible introducir cambios que faciliten la innovación de los destinos:

- Turismo de la experiencia: la manera en que se gestiona la identidad, hace referencia a las características del lugar; paisaje, gastronomía, historia, flora, fauna, arquitectura, comunidad local. La innovación desde la gestión y el diseño de la identidad a partir de una experiencia.
- Comunicación: está presente en el antes, clientes más informados, que por lo tanto están en un proceso de comunicación, para esto es la generación de contenido útil enfocado en la demanda (necesidades). Durante el viaje los habitantes vinculados al turismo son vitales para que, durante la experiencia, exista comunicación asertiva que aporte a partir del contacto directo o indirecto. La última etapa el después del viaje, el turista realiza

acciones comunicativas acerca del destino compartiendo su experiencia por diferentes medios.

- Destinos inteligentes: concentra el sistema de instrumentos, acciones y posibilidades para generar capacidades en el destino para el turista, por esto es necesario comprender este tipo de turismo, que interconecta digitalmente al turista y al destino, denominándolo destino inteligente.

#### *Modelos Innovación*

La importancia de la innovación para la economía ha ocasionado que se busque explicar cada uno de sus componentes en el contexto del turismo, adoptando conceptos, herramientas de análisis y modelos teóricos. A partir de Schumpeter se han propuesto modelos de innovación en diferentes áreas de estudio, que carecen de vinculación con los sistemas de medición; o, por el contrario, los estudios cuantitativos no se fundamentan en modelos explicativos (Aquino, 2012).

Algunos de los modelos más representativos son: la rueda de innovación de Sarkar (2010), el contexto innovador de Álvarez (2008), el enfoque lingüístico de Fuzzi de Xu (2006, 2008), el Manual de Frascati (OCDE, 1996), C. Michael Hall y Allan M. Williams Sistema Nacional de Innovación (2008), y el libro verde de la innovación (Unión Europea, 1995).

Desde los comienzos la innovación empezó a ser explicada, acorde a los fenómenos que produce, con cambios en la política de la innovación; hasta llegar al Manual de Oslo en cual ha recabado información referente a innovación. Al presentarse en el turismo se ha comenzado a proponer y estructurar modelos para la comprensión de los fenómenos turísticos. Como se mostró, la innovación es un proceso que genera cambios principalmente en productos y procesos, que requieren ser medidos o identificados, para comprender mejor este proceso. Para lo cual es necesario estudiarlo y analizarlo desde la perspectiva deseada.

#### *Métodos*

Todo objeto de estudio requiere ser evaluado en la realidad (empíricamente), mediante unidades de medida. Betancur (2017:1) propone que una variable es operacionalizada con el fin de convertir un concepto abstracto en uno empírico,

susceptible a ser medido a través de la aplicación de un instrumento. Cuando no existe relación entre la variable y la forma seleccionada para medirla, ésta pierde validez (grado en la medición empírica representa una medición). La precisión para definir los términos tiene la ventaja de comunicar con exactitud los resultados.

El proceso de operacionalización de los modelos de innovación, se dividió en dos fases: análisis y operacionalización de los modelos.

Análisis de los modelos. En esta fase se identificaron los modelos se quisieron conocer empíricamente; esto incluyó el aislamiento de cada uno de sus componentes, que fueron definidos conceptualmente, resaltando características del componente que permitieran posteriormente obtener la variable. Los modelos revisados fueron: Modelo general de análisis de Gonzales (2011); Modelo de innovación turística Hjalager (2002); Innovaciones y Contexto Innovador Álvarez et. al. (2008); Matrix Innovatrix. Modelos para la actividad Innovadora Ayestarán (2011); Sistema Nacional de Innovación Hall y Williams (2008); Rueda de la Innovación Barbosa et. Al. (2012); Modelo integral competitivo Dwyer y Kim (2003) y Innovation and networks in rural áreas de Esparcia (2014). La selección se realizó mediante el análisis de cada modelo con base en los componentes presentados e información disponible, teniendo en cuenta la definición o concepto de los componentes, las características disponibles, las posibles variables, unidades de medida e indicadores; así, como la relación existente entre cada uno; de tal manera que los más completos fueron tres modelos que fueron el de Álvarez et. al. (2008), Ayestarán (2011) y Hall y Williams (2008). Mismos que presentaron componentes más ligados a la innovación que los otros.

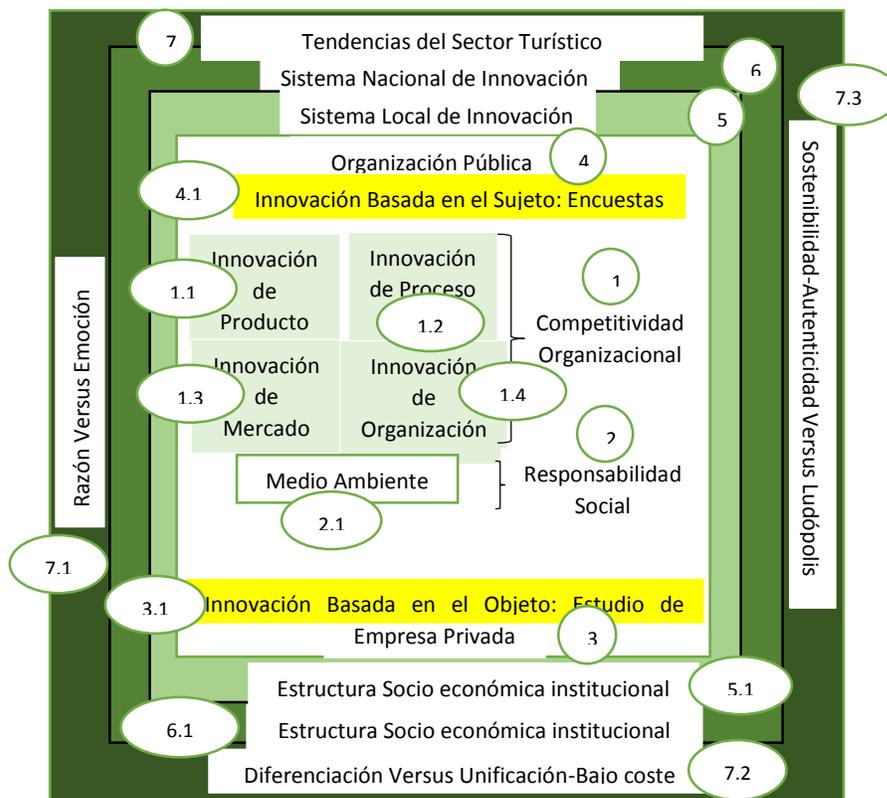
*Operacionalización de los modelos. Para esta fase se consideraron los conceptos propuestos por Betancur (2017): Variable, tipo de variable, operacionalización o definición operacional, categorización o definiciones, indicador, nivel de medición, unidad de medida, índice, valor de los cuales se seleccionan los que se consideran adecuados para la investigación: categoría, definición o concepto, dimensión, indicador, variable y unidad de medida.*

## Resultados

### *Análisis de los Modelos de Innovación.*

A partir de la selección de los modelos, se realizó la identificación de sus componentes; estos tienen que ser definidos de acuerdo a los diferentes niveles en que se presentan y la relación existente de los mismos, con la finalidad de delimitar los componentes a operacionalizar (Figura 1). Se define cada uno de los componentes de acuerdo a partir de la perspectiva del autor del modelo. Con base en el concepto, se identifican sus principales características, mismas que serán posteriormente interpretadas por medio de una variable que esté presente en la realidad.

Figura 7. Innovaciones y Contexto Innovador



Fuente: Álvarez, et. al. (2008)

Tabla 1. Proceso de análisis del modelo

Categoría	Definición o concepto	Dimensión	Indicador	Variable
Razón versus emoción	Razón: Personas que prefieren actividades con base en la tecnología, que busca la percepción del producto.	Tecnología	Promoción del destino	Redes sociales
		Información		
		Inteligencia racional		
			Nivel tecnológico del destino	Uso de tecnologías dentro
	Emoción: este tipo de turista prefiere la percepción de los sentidos y el contacto con lo tradicional y único, buscan la construcción espiritual.	Importancia de los sentidos	Interacción de la comunidad y el visitante	Eventos públicos
		Participación de los sentidos		
		Como afectan las emociones al elegir	Contacto con la naturaleza	Empresas locales
				Comodidad
	Recursos Naturales			
Sostenibilidad-Autenticidad versus ludópolis	Sostenibilidad-autenticidad: se enfoca en la preservación del lugar y recursos, productos, servicios únicos	Ocio en el destino	Áreas con cuidados especiales	Áreas protegidas
		Lugares en conservación		Especies
		Recursos y productos únicos		
		Productos típicos	Número de productos típicos	
	Ludópolis: busca la diversión a través de nuevas tecnologías y tendencias, son lugares donde se puede disfrutar dentro de la misma	sale de su área de confort	Áreas acondicionadas	Total, de áreas acondicionadas
		Tecnología	Tecnologías utilizadas	Empresas que utilizan tecnologías de la comunicación (intercomunicadores, uso de internet, terminal punto de venta, )

Fuente: Elaboración propia

#### *Operacionalización de los modelos de innovación.*

Existen variables concretas o de igual significado global que no requieren ser operacionalizadas, como el sexo, los colores, estructura de los órganos del cuerpo. La operacionalización se hace necesaria por la dificultad que presenta la definición de algunas variables, dado que pueden tener diferentes conceptos abstractos como calidad de vida, educación, riesgos biológicos, bienestar, según el tipo de estudio e interés o disciplina del investigador (enfoque del investigador). Betancur (2017:1) menciona que no siempre será necesario utilizar todos los

elementos propuestos, el investigador decidirá cuales selecciona para llevarlos a cabo.

De los aspectos considerados para la operacionalización de variables se eligieron los elementos de mayor relevancia – componente, definición o concepto, características, indicador, variable y unidad de medida (Tabla 2). Estos aspectos de operacionalización de variables permiten hacer empírico un modelo teórico, a través de la variable y la unidad que se elija para ser medida.

Tabla 2. Operacionalización de modelos

<b>Elementos de operacionalización de los modelos</b>	
<b>Categoría</b>	<b>Elemento del modelo</b>
<b>Definición o concepto</b>	Se plantea el concepto con relación al turismo e innovación
<b>Dimensión</b>	Principales cualidades derivadas del concepto
<b>Indicador</b>	Conjunto de datos concretos presentes que dan nociones sobre un tema específico
<b>Variable</b>	Cualidad presente, que difiere entre individuos
<b>Unidad de medida</b>	Cualidad existente en la realidad que

Fuente: Elaboración propia.

La finalidad de operacionalizar variables es trasladar un concepto abstracto a lo empírico, para comprobarlo en la realidad. El concepto se presenta como el proceso inicial para operacionalizar, situándolo entre el planteamiento del problema y las estrategias de medida. De esta manera se llegó a la Tabla 3, como una propuesta para operacionalizar los modelos teóricos propuestos para la innovación en turismo. A partir del trabajo realizado, se generaron 126 variables, agrupadas en 66 indicadores.



Indicador	Variable	Indicador	Variable	Indicador	Variable	Indicador	Variable	Indicador	Variable					
Innovación	Grado de innovación	Agua	Agua residual	Agua	Agua residual	Instituciones	Organizaciones	Organizaciones y particulares de participan en I+D	Personas con nivel directivo					
							Orden jerárquico del gobierno en el destino		Personal que participa en I+D					
Capacitación	Personal capacitado	Impactos generados en el medio ambiente, social, político, económico	Transformaciones	Tipo de conocimiento	Instituciones que fomenten la innovación, empresas, grupos, personas	Capital humano	Especialización de los colaboradores	Empresas	Tipo de negocio					
							individual		Cientes					
Por equipo	Competencia													
PIB	Capital de riesgo		Perturbaciones	Inmutaciones	Organizaciones constituidas	Redes, sistemas, dispositivos	Motivación	Programa de incentivos	Grado de estudios	Grado de estudios				
	Capital semilla							Bifurcaciones		Bonos extras	Personas que dominan otro idioma			
	Fondos de riesgos		Destrucciones	PIB	Ingresos por año	Total de organizaciones y divisiones de las mismas dentro del destino	Número de cursos de capacitación	Originalidad	Irrupción	Grado de originalidad				
	Endeudamiento									Crises	Empresas turísticas	Número de empresas turísticas	Internas	Innovaciones existentes internas (creadas)
Gobernanza	Soporte financiero		Político	Nuevas políticas	Empleo	Población económicamente activa	Flora y fauna	Número de colaboradores	Instituciones educativas	Programas de calidad				
	Administración pública							Regulaciones			Economía local	Empleos generados por el turismo	Niveles de contaminación en el aire, agua, tierra	Producto/servicio
	Promoción													
Programas de educación	Patentes	Localización y delimitación del área	Micro-meso-macro-mega-escala,	Economía local	Empleos generados por el turismo	Satisfacción	Niveles de contaminación en el aire, agua, tierra	Vegetación	Número de metros cuadrados de jardines urbanos plantados y/o recuperados					
			local-regional-nacional-supranacional,	Instituciones	Total, de instituciones en el lugar		Rechazos,							
			situado-globla, físico/real-virtual							Reclamamos, Denuncias,				
Universidades	Becas para innovación	Innovaciones introducidas en determinado tiempo	Corto-medio-largo plazo, procesos entrópicos, generaciones actuales-futuras	Infraestructura	Vías de acceso y servicios con los que cuenta la comunidad (luz, agua, pavimento, drenaje)	Jerarquías dentro de las organizaciones	ordenes de compra							
										Política pública	Políticas aplicadas al turismo			
											Regulaciones internas			

Fuente: Elaboración propia.

Tomando como base los componentes de cada modelo, se generaron los indicadores y variables presentados en la Tabla 3. Estos indicadores y variables permiten la aplicabilidad de los modelos a través de la recolección de la información de cada una de las variables. El tipo de variable y la información que se necesita marca la pauta para la selección y diseño de los instrumentos a ser utilizados en la recolección de la información. Sin embargo, se deberá visualizar la dificultad de obtención de cada una de las variables, con la finalidad de evitar el sesgo de la información, permitiendo la adecuada aplicación del modelo a la realidad o permitiendo acercarse más al objetivo del modelo.

#### Conclusiones

La innovación en el turismo cobra relevancia, debido al constante cambio en que se desarrolla este fenómeno social, que va desde la creación o mejora de un nuevo producto hasta su comercialización. Para estos cambios se consideran la satisfacción de necesidades de los visitantes y residentes, atendiendo las exigencias de comodidad, servicio, productos, seguridad, precio; o caso de las empresas turísticas que buscan minimizar costos y aumentar su calidad. Así, el resultado es la búsqueda o modificación de nuevos productos, servicios, procesos, tecnologías, marketing y personal especializado/capacitado para hacer uso y aplicación de lo anterior; con la finalidad de permanecer en la preferencia del cliente y obtener mayor participación en el mercado. De esta manera, los destinos que presentan un mayor grado de innovación logran permanecer en la preferencia del visitante; en el caso contrario, los destinos que dejan de innovar permanecen estancados con un flujo determinado de visitantes, lo cual lleva a la pérdida paulatina de visitantes, lo cual se traduce en decremento del PIB, empresas, inversiones, trabajo, calidad de vida, desarrollo; aumentando la delincuencia, inseguridad, corrupción y violencia.

Los modelos de innovación son la representación gráfica de un imaginario colectivo -la innovación-. Los modelos permiten la comprensión de este fenómeno en un contexto determinado, partiendo de los componentes que lo conforman, mediante los cuales se trata de explicar la realidad en que se desarrollan. Los elementos y características de los modelos se desarrollan en (componentes,

variables, indicadores) y objetivos específicos. Esto permite delimitar lo que se quiere conocer de la innovación, de manera teórica o empírica.

La operacionalización de los modelos es fundamental. Este proceso conlleva la realización de una serie de pasos para llegar a la realidad; desde la conceptualización del componente a la determinación de la variable y su unidad de medida, con la finalidad de ubicarla en la realidad. La operacionalización permite una mayor comprensión del modelo y su utilidad en la realidad, explicando los fenómenos relacionados directa o indirectamente con la innovación y su impacto en el medio.

La información generada a partir del proceso de operacionalización también permite conocer el estado actual del medio en que se aplica el modelo, ayudando a la generación de estrategias a problemáticas detectadas. A partir de este análisis se identifican áreas de oportunidad para la mejora del medio, y, a través de estrategias, se favorece el alcance de los objetivos de innovación, conducentes al desarrollo en un contexto determinado.

#### Bibliografía

Apolaya S. M. (s/a). *Operacionalización de variables*. DISAN FAP.

Álvarez, R. M.; Olmo M. F. (2014). *Operacionalización de conceptos/variables*. Barcelona. Diposit Digital de la UB.

Barbosa de Sousa, B. M.; Dominique Ferreira, S. (2012). *La innovación de los procesos. Diferenciación en los servicios turísticos*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

Barkin, D.; Fuente, M. E.; Rosas, M. (2009). *Tradición e innovación. Aportaciones campesinas en la orientación de la innovación tecnológica para forjar sustentabilidad*. Trayectorias.

Betancur, L. S. I. (2017). *Operacionalización de variables*. Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Caldas.

Bianchini, C. (2006). *La innovación como objeto de estudio de la historia económica*. Asociación Uruguaya de Historia Económica. Boletín de Historia Económica.

Bojórquez Zapata, M. I.; Pérez Brito, A. E. (2013). *La innovación: sus modelos, sus fuentes, sus indicadores y su importancia en la competitividad en México*. Revista el buzón de Pacioli.

Cabiño Sánchez, C. (s/a). *El capital humano: factor de innovación, competitividad y crecimiento*. Sexto congreso de economía de Navarra.

Cazau, P. (2004). *Categorización y operacionalización de variables*. Guía de metodología de la investigación. Apuntes sobre metodología de la investigación. Universidad pedagógica de Durango.

Centro de Investigación en Cultura y Desarrollo. (2018). *Guía tarea operacionalización de variables y categorías analíticas*.

Cillero Carrasco, E.; Sánchez Fuente, F.; Etxebarria Robledo, B. (2008). *Compendio de definiciones del concepto "Innovación" realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto*. Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Bilbao.

Comisión Europea. (2001). *Cuadro de indicadores de la innovación*. Innovación y transferencia de tecnología

Formichella, M. M. (2005). *La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo*. Tres Arroyos. Conceptos de Innovación y desarrollo.

González Romero, G. (2006). *Innovación territorial y políticas públicas*. Boletín de la A. G. E.

InnoSuTra. (2007). *Innovación. Tipos de Innovación. Medidas innovadoras*. Apoyo a la Innovación en las PYMES.

Jiménez, G. C. (2016). *Operacionalización de variables*. Facultad de medicina. Universidad Autónoma del Estado de México.

Manual de Oslo. (2006). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera Edición. OCDE y Eurostat.

Mendes Thomaz, G.; Augusto Biz, A.; G. Gandara, J. M. (2013). *Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

Mette Hjalager, A. (2010). *A review of innovation research in tourism*. Tourism Management.

Núñez, F. M. I. (2007). *Las variables: estructura y función en la hipótesis*. Investigación educativa.

Olaya Dávila, A. (2008). *Economía de la innovación y del cambio tecnológico: una aproximación teórica desde el pensamiento Schumpeteriano*. Ciencias Estratégicas.

Ponce de León Rosas, A.; Aranda Orozco, G. (2010). *Economía social: una propuesta para el campo mexicano*. Estudios Agrarios.

Puccio, H.; Grana, N. (2008). *La innovación como requisito para la competitividad turística. Una metodología para su descripción y análisis*. Gestión Turística.

Sernatur. (2016). *Productos turísticos innovadores en Chile- Caso de éxito*.

Vinculación en Docencia CICDE-CEUS. *Guía para la operacionalización de variables y categorías analíticas*. Guía de apoyo. Sesión Metodológica.

## 5.2. *Innovación en destinos turísticos locales*

### Resumen

Los modelos de innovación son representaciones gráficas de la realidad, compuestos por elementos que permiten identificar características específicas. El trabajo presenta tres modelos de innovación relacionados con el turismo; permitiendo identificar el tipo de innovación, la innovación social y determinar el sistema de innovación nacional presente dentro dos destinos Malinalco y Coatepec Harinas, Estado de México, analizando la información obtenida con la finalidad de comprender el estado de innovación presente en cada destino por modelos. Describiéndolos a través de sus variables y componentes de cada uno de los modelos analizados en un contexto local. A partir su operacionalización, los modelos se utilizaron para analizar la actividad turística en La información se obtuvo de fuentes primarias y secundarias. La información obtenida se analizó de manera descriptiva para cada uno de los destinos, dando como resultado la identificación de los elementos de la innovación, a partir de los modelos seleccionados.

Palabras clave: modelos de innovación, destinos turísticos

### Introducción

La innovación es un proceso que involucra renovación y cambio en diferentes áreas dentro de un destino o empresa. Con la finalidad de describir este proceso se han propuesto modelos, los cuales tienen como propósito identificar características específicas de los fenómenos a través de componentes propuestos y variables definidas por el investigador, así como la relación entre los componentes. Los tres modelos de innovación turística considerados permiten: identificar el tipo de innovación; determinar los impactos dentro del destino a través de innovaciones; determinar las relaciones entre los actores del municipio basados en innovaciones, y las innovaciones sociales presentes; y estimar la relación entre los actores del sistema nacional de innovación y los elementos presentes en los destinos.

Con el propósito de establecer los elementos operativos de los tres modelos de innovación, se desarrolla este trabajo a través del proceso de operacionalización de los modelos seleccionados.

### Métodos

La recolección de los datos se realizó mediante las variables identificadas en cada uno de los modelos aplicados empíricamente fueron: Álvarez et. al. (2008), Ayestarán (2011) y Hall y Williams (2008) –para la obtención de las variables se empleó el meotodo propuesto por Betancur (2017)-.de esta manera la recolección de los datos se realiza mediante el diseño de los cuestionarios e investigación de fuentes secundarias

Figura 8. Tendencias del Sector turismo y tipo de innovación

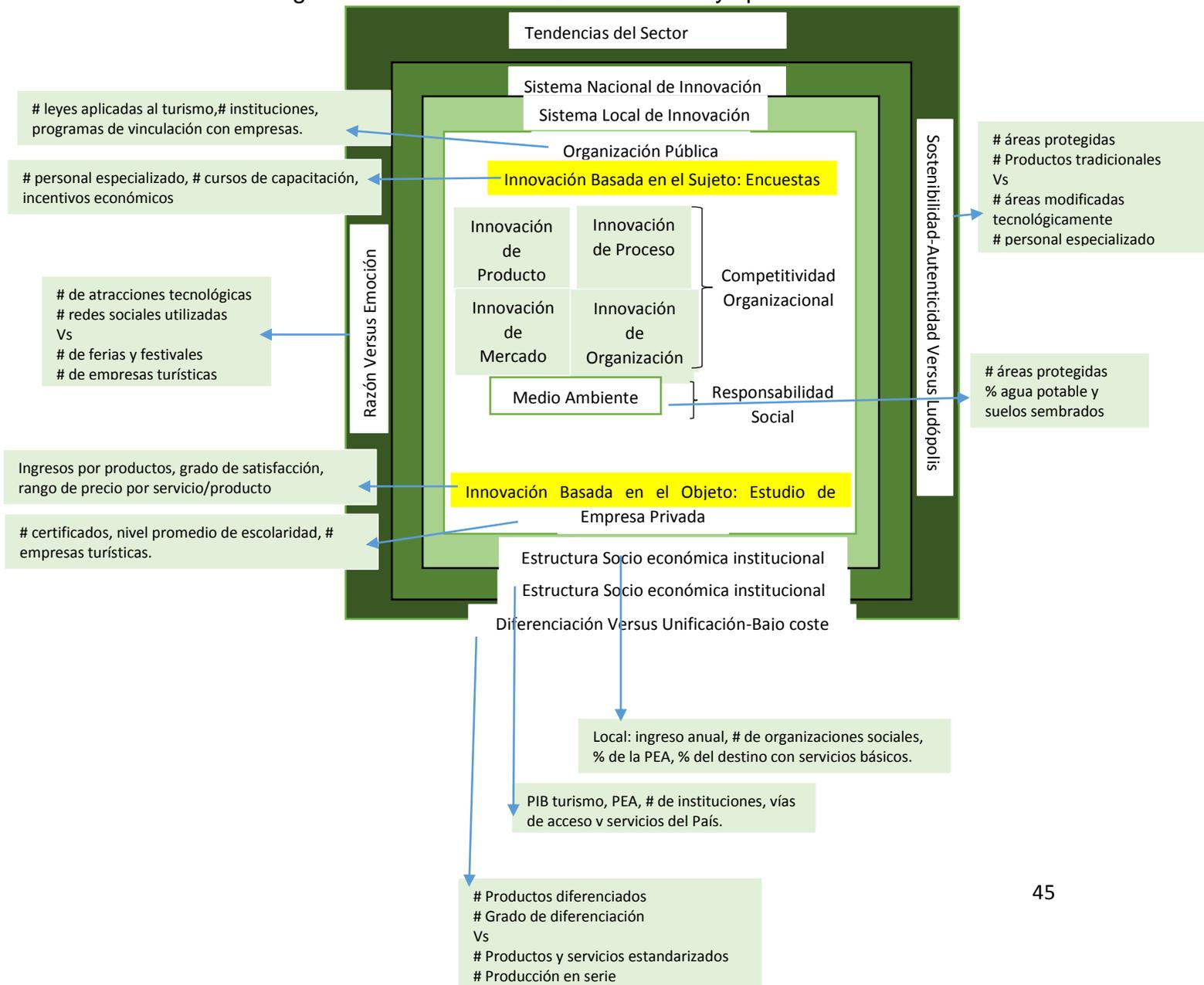
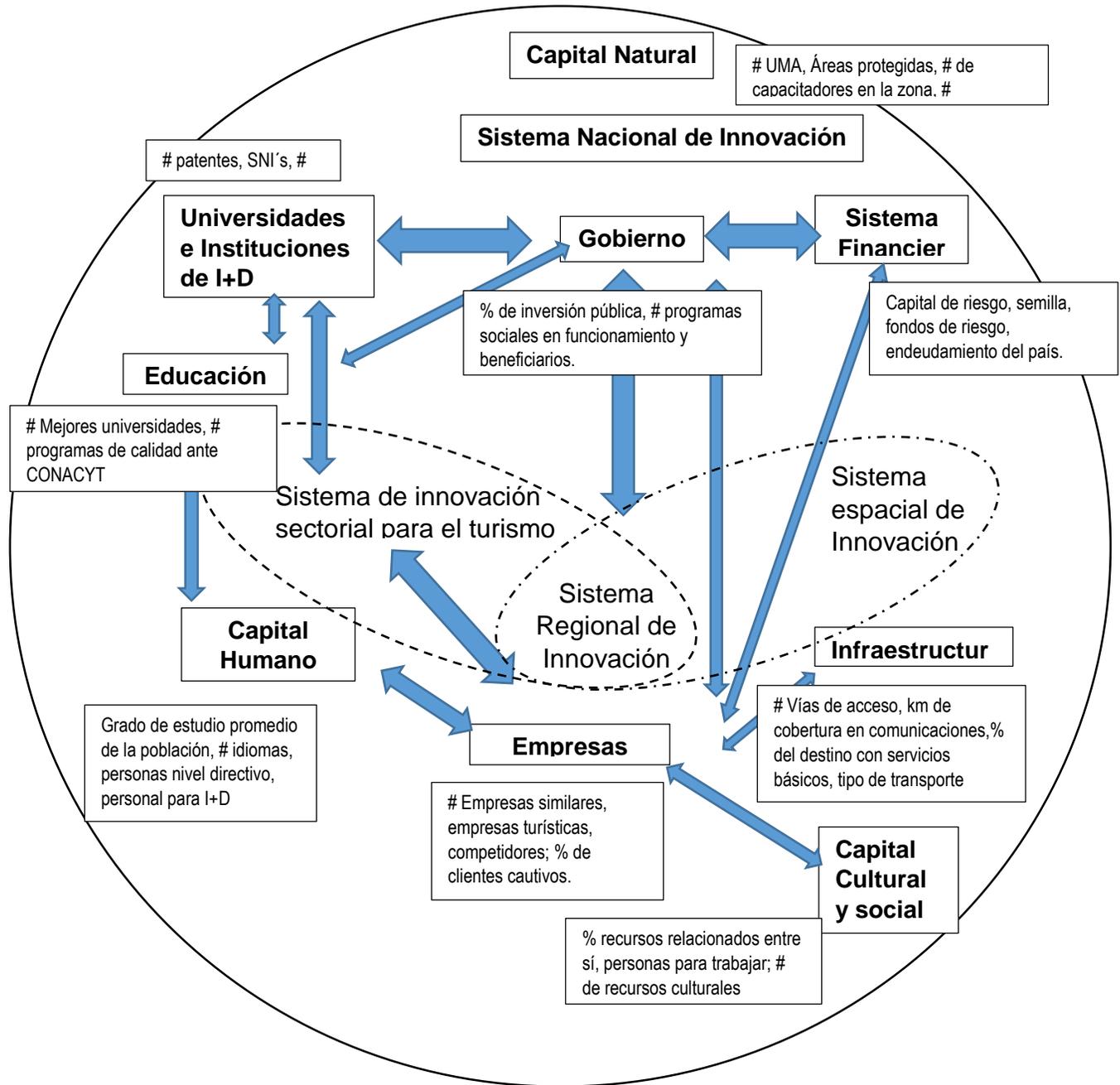


Tabla 4. Matrix Innovatrix

Matrix Innovatrix: Modelo para la actividad innovadora Marco epistémico y axiológico de la innovación social			
Novedad	X1	Identificación de la originalidad, especificidad, irrupción...	# de innovaciones introducidas en x tiempo, grado de originalidad, % de irrupción de la innovación
Origen	X2	Endógena, exógena, mixta ...	# de innovaciones generadas por los residentes, introducidas por externos o mixtas
Marco axiológico	X3	Conjunto de valores desde el que se evalúa (políticos, económicos, sociales, jurídicos, culturales, éticos, estéticos, religiosos, ecológicos...)	# de organizaciones que cambiaron, salario mínimo, aumento de la PEA, % de áreas modificadas en el destino, # políticas y regulaciones turísticas aplicadas y/o modificadas en x tiempo.
Espacio	X4	Micro-meso-macro-mega-escala, local-regional-nacional-supranacional, situado-globla, físico/real-virtual,...	Índice de desarrollo humano, tamaño del destino en km cuadrados
Tiempo	X5	Corto-medio-largo plazo, procesos entrópicos, generaciones actuales-futuras...	# de innovaciones en el destino durante x tiempo, cronología de introducción de las innovaciones
Conocimiento	X6	Formal-informal, tácito-explicito, teórico-práctico, heredado-nuevo, público-privado, experto-profano, seguro-incierto, ...	# instituciones, empresas, nivel promedio de estudio de la población
Complejos	X7	Redes, sistemas, dispositivos, ...	# organizaciones, estructuras presentes; inter relaciones entre las organizaciones, instituciones y gobierno
Alteraciones	X8	Transformaciones, perturbaciones, inmutaciones, bifurcaciones, destrucciones, crisis, colapsos, ...	% cambio del destino, sociedad, índice de delincuencia; deuda pública, estructura que no se ha modificado, # leyes y políticas modificadas en x tiempo
Riesgos	X9	Posibles, plausibles, probables, ...	Inseguridad, posibilidad de crisis económica, ambiental
Consecuencias	X10	Previstas, imprevistas, directas, derivadas, ...	Alto, bajo, medio, encada una de las mencionadas
<p>Cada componente y el conjunto de todos los demás son evaluados en un sistema base de valores  valores <math>\theta = \{v_j\}</math> talque <math>AA = \{X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}\}</math>  es preferible a <math>A' = \{X'_1, X'_2, X'_3, X'_4, X'_5, X'_6, X'_7, X'_8, X'_9, X'_{10}\}</math>, <math>AA \gg A'</math>,  si y sólo si: Condición General: <math>\exists i, j: 1, \dots, 10, v_j(X_i) \gg v_j(X'_i)</math>.</p> <p>Cada componente y el conjunto de todos los demás son evaluados en un sistema base de valores <math>\theta = \{v_j\}</math> tal que <math>A = \{X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}\}</math> es preferible a <math>A' = \{X'_1, X'_2, X'_3, X'_4, X'_5, X'_6, X'_7, X'_8, X'_9, X'_{10}\}</math>, <math>A \gg A'</math>, si y sólo si: Condición General: <math>\forall i, j: 1, \dots, 10, v_j(X_i) &gt; v_j(X'_i)</math>.</p>			

Fuente: Modificado de Ayestarán (2011).

Figura 9. Sistema Nacional de Innovación



Fuente: Modificado de Hall y Williams (2008).

Se consultaron fuentes oficiales con la finalidad de obtener la mayor cantidad de información disponible; para la restante, se procedió con el diseño de los instrumentos a cuatro grupos poblacionales: comunidad local, visitantes, empresas y representantes municipales. El análisis de la información obtenida se llevó a cabo mediante medidas de tendencia central: moda y media; esto permitió obtener un dato concreto que ayudara a conocer el estado de los destinos propuestos en relación a la innovación.

Para la selección de municipios se tomó en cuenta la distancia y el acceso a la información, así como los trabajos previos realizados en estos municipios, teniendo como algunos referentes:

- Destinos turísticos del Sur del Estado de México
- Estudios previos
- Distancia
- Tipo de destino
- Nombramiento: Pueblo Mágico o Con encanto.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante consultas en fuentes primarias, mediante la visita a páginas oficiales y documentos de los municipios como el cabildo municipal, gaceta, plan de desarrollo y bando municipal.

### Resultados

La operacionalización de los modelos a partir de sus variables permitió determinar su aplicación en dos destinos turísticos del Estado de México para conocer sus características relacionadas con la innovación y su entorno. Los destinos seleccionados tienen diferente nombramiento; Malinalco es “Pueblo Mágico” y Coatepec Harinas “Pueblo con Encanto”.

#### **1.1. Malinalco**

Malinalco, ubicado al sur de Toluca de Lerdo y a 52 km de la ciudad de Cuernavaca, es un destino turístico. Se encuentra posicionado dentro de la preferencia de los visitantes, debido a su clima, recursos y atractivos. Cuenta con un área natural protegida (25,966 km) que colinda con los municipios de

Zumpahuacan y Tenancingo y conserva 125 especies endémicas. Otros atractivos son su zona arqueológica, museo, tradiciones, festividades, gastronomía y lugares de esparcimiento (albercas, senderos, paisajes, caídas de agua).

El municipio genera un PIB de 15, 312,726 pesos por turismo, con una PEA del 95.61% de los cuales el 51% están en el sector turismo, con una red carretera que cubre 85 kms en condiciones de uso para residentes y visitantes. El municipio presenta un incremento al salario del 5% en el último año (2018); la PEA aumentó en un 0.50%, modificando en un 25% la estructura del municipio con la que se cuenta. Se han modificado de una a cinco políticas de turismo en los últimos cinco años.

El destino presenta de una a tres innovaciones en los últimos cinco años, con un grado de originalidad medio, presentando una irrupción entre el 1 y 10%. El intervalo para la introducción de nuevas innovaciones es de cada dos años aproximadamente. En cuanto al origen de las innovaciones, se presentan de una a tres creadas por residentes y el mismo número de una fuente externa (introducidas). En cuanto al valor expresado, se observan modificaciones en las una a cinco organizaciones de los barrios.

El municipio cuenta con una extensión de 204.95 kilómetros cuadrados con infraestructura adecuada para uso recreativo (zonas en el centro, lugares para realizar turismo de aventura). En el destino hay cinco instituciones y 108 empresas de diferente giro. Presentan interrelaciones regulares en cuanto a cooperación y trabajo en conjunto se refiere, lo cual ayuda a generar innovaciones. Hay empresas conectadas entre sí, y algunas de manera independiente se llegan a acercar a ellos para poder mejorar. Hay 101 instituciones educativas, públicas y privadas presentes en el destino; el grado promedio de estudio de la población es secundaria, lo cual limita la generación de las mismas.

Las alteraciones presentadas en el destino se ven reflejadas en vías de acceso al 75% del total del municipio. La sociedad ha tenido cambios de un 50% siendo cambios más marcados en los modos de producción de la sociedad, el comercio interno, las actividades primarias y secundarias, teniendo mayor participación las

actividades terciarias (turismo); con un 50% de estructura que permanece igual, sin presentar muchas bifurcaciones. El municipio tiene un índice de delincuencia del 4.3% siendo representado el 1% por cada 69 habitantes. Existe poca posibilidad de crisis debido al poco endeudamiento del municipio, estimado en 52,287.80 pesos. Los riesgos y consecuencias que puedan generarse en el municipio desde ambientales, económicos y sociales se desconocen.

Malinalco presenta información referente a las tres tendencias presentes en el modelo: Razón vs Emoción, Sostenibilidad-Autenticidad vs Ludópolis y Diferenciación vs Bajo Coste. En el componente de razón se identificó que este destino tiene presencia en siete páginas web: Facebook, instagram, México Desconocido, Booking, Visitmexico, Zonaturistica y Sectur. El municipio carece del uso de tecnología como una app turística y evita la instalación de las atracciones de tipo tecnológicas de gran impacto. En el componente de la emoción presenta 16 ferias y festivales en todo el año. Las más importantes son: semana santa, La Virgen de Guadalupe, San Simón Apóstol, San Antonio de Padua y San Miguel Arcángel. El municipio tiene 127 empresa de las cuales sobresalen dos: Maliemociones y Algo más de...Malinalco (AMD). Estas empresas ofertan servicios turísticos dentro del destino, mostrando un sentido de lo único a través de 15 recursos principales que utilizan para el desarrollo de sus actividades: zona arqueológica, convento agustino, pinturas y petrograbados rupestres, capillas, museo universitario Luis Mario Schineider, casa de la cultura, paraje las truchas, mezcal y en algunas temporadas vuelos en parapente.

Referente a Sostenibilidad-Autenticidad, el municipio tiene un área natural protegida que colinda con Zumpahuacan y Tenancingo, preservando 125 especies endémicas. Así mismo, sobresalen productos típicos como el mezcal, las truchas, nieves y sus albercas. En Ludópolis, presenta dos áreas acondicionadas para el ocio: Matlalac y Monte Grande, realizando una inversión aproximada del 10% en tecnologías de la información y comunicación, con un 30% de personal especializado en el área del turismo (Secretaría de Turismo Malinalco, 2018).

En cuanto a Diferenciación, presenta más de 15 productos diferentes entre naturales, culturales y servicios: hoteles temáticos, tradicionales, zonas de acampar, diversidad gastronómica, artesanías y áreas naturales; sin embargo, el grado de diferenciación es medio con respecto a sus competidores. Para la Unificación-Bajo Coste, las empresas no cuentan con distintivos vigentes que les permitan ofertar un mejor servicio. Existen tres mayoristas dentro de la zona y no se cuenta con empresas que brinden servicios de asesoría en temas relacionados con el turismo.

Las empresas tour operadoras son tres en el destino: Malimociones, AMD y Xochiquetzal. Su personal promedio cuenta con estudios de preparatoria, y tienen de uno a tres guías certificados para realizar las actividades turísticas. Las acreditaciones por parte de la empresa son de siete a diez, de acuerdo con el tiempo que llevan laborando y la experiencia. En cuanto a la innovación del proceso, les toma horas desarrollar un nuevo producto, a partir de los manuales internos con los que cuentan. Los procesos se modifican cada 7 años aproximadamente. La innovación en producto se ve reflejada a través de las ventas promedio de 105 a la semana, con un gasto por persona de mil a dos mil pesos, manteniendo una calidad, originalidad e innovación media en los últimos tres productos introducidos. Para la innovación en el mercado se muestran ventas semanales de 105 productos/servicios, diversificándose en nueve productos/servicios, participando en un mercado nuevo, con una inversión en marketing del 5% del total, este por empresa. Por el lado de la organización, llegan a tener por semana dos rechazos, tres reclamos, máximo una denuncia y seis órdenes de compra.

La innovación basada en el sujeto contempla personal especializado por empresa, de uno a tres colaboradores. En las empresas, la generación de estrategias se lleva a cabo de manera grupal, y existen programas de motivación e incentivos para los empleados, quienes participan en uno a tres cursos de capacitación al año. Con respecto a la innovación basada en el objeto, sus precios van desde 100 a 500 pesos, y se tienen de siete a diez certificaciones en cada empresa. Las

empresas generan un ingreso entre 20,000 y 30,000 pesos, logrando satisfacer las necesidades del visitante.

El sistema local de innovación, conformado por la estructura socioeconómica institucional presenta un aproximado de cinco organizaciones relevantes, como son vigías del patrimonio, las cofradías de las capillas y barrios, presidencia, delegados, empresarios, con un tipo de relación regular entre ellos.; presentando una autorregulación en cada uno de los casos. El municipio tiene una estructura general de organización pública: presidente, secretarios, regidores, delegados, tesorero, aplicando entre una y cinco políticas para el turismo a las empresas, relacionadas con limpieza, seguridad, y de carácter legal.

Como se observa, el destino presenta inclinación hacia las emociones y sostenibilidad. Por otro lado, se encuentra estático en cuanto a la diferenciación y la reducción de costos, debido a que ha encontrado zona de confort como destino. Las innovaciones son tanto por parte de los residentes como introducidas; esto puede deberse al grado de escolaridad que se presenta en el municipio. El Sistema Nacional de Innovación está presente en el destino en un menor grado, vinculado mediante presidencia y los cursos de capacitación que obtiene.

### ***1.2 Coatepec Harinas***

Coatepec Harinas es un pueblo con encanto típico entre sus diversos atractivos culturales y naturales. El municipio tiene un PIB de 161, 430,129 pesos al año, una PEA del 49.96%, de la que al turismo le corresponde aproximadamente el 6%. El destino cuenta con 163 instituciones entre escuelas, empresas, organizaciones públicas y privadas. Tiene una infraestructura básica de 2.10 km por cada mil habitantes.

Coatepec Harinas, al ser un destino que aún no está consolidado como turístico, presenta siete innovaciones en los últimos cinco años, con un grado de originalidad alto y una irrupción del 11 a 20%. La generación e introducción de innovaciones es entre 11 y 20 por residentes y foráneos. La temporalidad para la

introducción de nuevas innovaciones es de doce meses aproximadamente. Sobresalen entre seis y diez organizaciones.

El incremento salarial es del 5% con respecto al incremento del PIB, y el de la PEA del 0.30%, presentando un cambio estructural general del 50%. Ha habido de una a cinco políticas modificadas en los últimos dos años en un espacio de convergencia de 282.36 kilómetros cuadrados. El municipio tiene 163 instituciones y diez empresas reconocidas por gobierno, así como de una a cinco organizaciones con una relación de trabajo mala. El nivel escolar promedio de la población es de primaria.

El municipio presenta transformaciones en cuanto a infraestructura del 75%, un cambio en la sociedad del 50%, y 50% de la estructura no ha cambiado. Presenta un nivel de bifurcaciones bajo, con un riesgo de crisis con base en la deuda del municipio, que asciende a 4, 215,315 de pesos.

La tendencia Razón vs. Emoción en Coatepec Harinas muestra que, respecto a la razón, aparece en cuatro páginas web: turismo.edomex, edomex.gob, guiaturisticamexico y tripadvisor. El municipio no tiene una app turística y no tiene atracciones de tipo tecnológicas. En la emoción, presenta cuatro ferias y festivales en todo el año, las más importantes son: Semana Santa, Pentecostés, La Asunción de María y Virgen de Guadalupe. El municipio tiene 881 empresas, sin contar con alguna de carácter turístico. Esto resta importancia al turismo en el destino, cuya actividad se desarrolla con bases en sus cinco recursos disponibles: culturales (artesanías: zarape, chongos y gastronomía, chiles en fermentación, pan) y natural (UMA).

Referente a Sostenibilidad-Autenticidad, cuenta con dos áreas protegidas, con un total de 53,590.67 has. Una es su Unidad de Manejo y Aprovechamiento Sustentable de la Vida Silvestre. La otra es la Reserva a las faldas del volcán Xinantécatl. En la zona se preservan siete especies endémicas. Existen cuatro productos típicos: pepeto, pintura y deshilados, gabanes y sarapes. En la ludópolis, el municipio presenta la inversión del cinco por ciento en TIC's con un 30 % de personal especializado en el área.

En cuanto a Diferenciación, presenta de uno a tres productos diferentes entre naturales, culturales y servicios: hoteles tradicionales, diversidad gastronómica, artesanías y áreas naturales. Éstos presentan un grado de diferenciación alto en relación con los productos/servicios ofertados dentro del municipio y los competidores. Los visitantes tienen un gasto promedio por persona de quinientos a mil; esto debido a que el municipio recientemente se está desarrollando como destino turístico. Para la Unificación-Bajo coste, las empresas comienzan a tener contacto con los distintivos y asesores en la materia. Se desconoce si hay mayoristas, y los ingresos generados así como los costos de producción.

El personal de las empresas turísticas tiene un nivel promedio de escolaridad de secundaria, y solo presentan de una a tres certificaciones. La innovación en proceso a las empresas, les toma horas desarrollar un nuevo producto, a partir de los manuales internos con los que cuentan, modificando los procesos cada determinado tiempo. Para la innovación en Producto, se desconoce las ventas semanales, teniendo un gasto promedio del visitante de 500 a mil pesos, teniendo una calidad, innovación y diferenciación alta, basado la opinión de la población, (fuentes primarias, cuestionarios), presentando innovaciones de tres a cuatro cada cinco años aproximadamente. En la innovación en el Mercado, se conoce solo de tres a seis productos para la oferta, con una participación en un nuevo mercado con base en la inversión en marketing del 10%.

En lo que a la Organización pública (y sistema local de la innovación) se refiere, los residentes desconocen la estructura, identificando únicamente al presidente y regidores; ellos han promovido cambios en una a cinco políticas turísticas. Se estiman cinco organizaciones presentes en el municipio; sin embargo, se desconoce el nombre. La innovación basada en el Sujeto de manera general contempla personal especializado por empresa, de uno a tres colaboradores. Las estrategias se general de manera grupal y existen programas de motivación e incentivos para los empleados, quienes participan en uno a tres cursos de capacitación al año. Para la innovación basada en el Objeto sus precios van de 500 a mil pesos. Las empresas cuentan con uno a tres certificados, teniendo una

percepción de la calidad y atención mala, por lo que no se logra satisfacer las necesidades del visitante.

Como conclusión, el destino no presenta una tendencia específica en cuanto al sector turístico, debido a que recién está desarrollándose como destino. Esta situación permitiría introducir un mayor número de innovaciones y mejorar las características del destino.

### ***1.3 Sistema de innovación nacional de Malinalco y Coatepec Harinas***

El sistema de innovación nacional cuenta con un capital de riesgo de 500 millones de dólares (El financiero, 2018). En este nivel el capital semilla que manejan las empresas es de 50 a 500 mil pesos, contando con 57 fondos de riesgos y un endeudamiento del país de 453 mil 548 millones de dólares (Forbes, 2018). Presentando un aproximado de 28 millones de beneficiarios distribuidos en 5 mil 491 programas vigentes (postgrado, doctorado, postdoctorado, diplomados, entre otros); con una inversión pública de 22.50% para promoción. El país tiene un total de 91 mil 591 patentes, 25,072 investigadores y 328 mil becas para desarrollo de proyectos. El CONACyT tiene 2346 programas de calidad distribuidos en diferentes áreas y universidades destacando entre ellas: IPN, UNAM, UAEMEX.

El sistema regional (las relaciones generadas en la región Sur del Estado de México) de innovación presenta una educación promedio de la población en un nivel básico, con personas que dominan entre uno y dos idiomas. Hay pocas personas capacitadas para ocupar un puesto de nivel directivo en las empresas, destinando de una a tres personas para actividades específicas de I+D, dentro de las empresas.

#### **Conclusiones**

La innovación es esencial para permanecer en la preferencia de los visitantes. La operacionalización de los modelos presentados permitió caracterizar la innovación en los últimos años dentro de los destinos. Malinalco presenta innovaciones de tipo incremental relacionados con producto, organización y en algunos casos de proceso, descuidando las de mercado. Esto último debido a la readaptación dentro de los medios de publicidad y tipo de mercado que llega. Existe influencia de la

población en cuanto la introducción de innovaciones, mismas que han generado irrupciones en un diez por ciento de manera general, principalmente en la cabecera municipal.

Para el caso de Coatepec Harinas las innovaciones han sido radicales, debido al tiempo que lleva desarrollándose como destino turístico. Las innovaciones que llegan a implementarse causan un efecto de cambio total en las diferentes áreas de oportunidad; esto implica oportunidades de crecimiento relacionadas con el turismo. La introducción de las innovaciones se ha generado a través de personas que no son originarias del municipio, pero residen o tienen un negocio en el mismo.

La operacionalización de los modelos permite el conocimiento de la realidad de los destinos turísticos a través de la información recabada; sin embargo, al no poseer toda la información propuesta en los modelos, la realidad que se presenta es incompleta, impidiendo obtener un diagnóstico más amplio del destino.

Sin embargo, la descripción a través de los modelos permite generar algunas recomendaciones para la mejora en los destinos:

- A partir de la introducción de innovaciones en los procesos de organización se puede obtener un aumento en los ingresos de las empresas.
- Las TIC's son fuente fundamental para la promoción y desarrollo del mercado interno; si se aplican de manera adecuada, permitirán la generación de nuevos mercados.
- La inversión en tecnologías sustentables ayudará a la preservación de los recursos naturales; se debe tener en cuenta el costo beneficio de estas tecnologías en relación con su precio y adaptación al medio.

#### Bibliografía:

Álvarez, S. A.; Rego Veiga, G.; Gomis Rodríguez, A.; Caramés Valo, R.; Andrade S. Ma. J. (2008). *Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio*. ROTUR/Revista de ocio y turismo. Coruña.

Ayesterán, I. (2011). *Epistemología de la innovación social y de la destrucción creativa*. Utopía y Praxis Latinoamericana. Universidad de Zulia. Maracaibo, Venezuela.

de Oliveira Santos, G. E. (2007). *Modelos teóricos aplicados al turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

Hall, M.; Williams, M. A. (2008). *Tourism and Innovation*. Routledge Taylor and Francis Group. London and New York.

Martín, F. R. A. (2009). *Los modelos turísticos y los determinantes principales de los flujos turísticos internacionales*. Universidad de la Habana, Facultad de Turismo.

Mata, G. A. (s/f). *Modelos para la gestión turística en destinos*. Universidad de oriente núcleo nueva Esparta. Escuela de hotelería y turismo departamento de turismo.

Panosso, N. A.; Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo. Coceptos, modelos y sistemas*. Editorial Trillas.

SECTUR. (2013). *Agenda de competitividad turística de la Ciudad de México (ACTCM 2013)*. Ciudad de México Distrito Federal.

### 5.3. *Ponderación y retroalimentación de los modelos de innovación*

#### Resumen

El propósito de este apartado es determinar la importancia de indicadores de innovación turística mediante su ponderación, y estimar la operatividad de los modelos de innovación. Los modelos seleccionados para su operacionalizaron fueron: Innovación Turística, Matrix Innovatrix y el Sistema Nacional de Innovación. Se utilizó el método Delphi para asignar valores a los indicadores. Los resultados para la operatividad de los modelos fueron: primer modelo 81.82%, segundo modelo 76.92%, tercer modelo 70.83%.

Palabras clave: Modelos de innovación, Indicadores de innovación

#### Introducción

La operacionalización de modelos de innovación permite medir la innovación y sus impactos. Esta operacionalización simplifica el fenómeno de la innovación a través de la definición de indicadores formados por variables y unidades de medida. A partir de esta definición se obtiene la información para el conocimiento referente a la innovación de un espacio determinado. Para este ejercicio se seleccionaron tres modelos de innovación: social (Ayestarán, 2011), contexto innovador (Álvarez, et al., 2008) y sistema nacional de innovación (Hall y Williams, 2008). Su operacionalización arrojó un total de 82 indicadores, que agrupados en categorías los redujo a 31. La operatividad de los modelos se determinó, además de la obtención de indicadores, a partir de la disponibilidad de la información que permita conocer el estado de la innovación turística en un destino. El método Delphi se utilizó para consultar a un grupo de expertos en innovación turística. Así, se asignaron valores a los indicadores, de acuerdo a la importancia percibida por este panel.

#### Metodología

Por sus características, se seleccionaron tres modelos de innovación vinculados al turismo Álvarez et. al. (2008), Ayestarán (2011) y Hall y Williams (2008). Estos modelos se operacionalizaron a través de la definición de indicadores, variables y

unidades de medida. Con base en esta información se procedió a la ponderación y retroalimentación de los modelos de innovación mediante el método Delphi.

El método Delphi se utiliza para recolectar información, mediante la consulta de un grupo de expertos. Su carácter es cualitativo; se utiliza cuando no se dispone de información suficiente para la toma de decisiones o es necesario la opinión consensuada para la investigación. Se pueden encontrar diversos estudios que utilizan el método Delphi en diversos campos: medicina, tecnología, ciencias sociales, educación, política, entre otros. La utilidad, usos y aplicaciones de este método son:

- Situaciones de incertidumbre o se carece de información objetiva.
- Feedbacks controlados permitiendo la reflexión de los participantes.
- Permite congregarse un conocimiento aumentado por los especialistas.
- Ahorro económico
- Anonimato a los participantes

Las características definitorias del método de acuerdo con Mercedes (2016: 8):

- Proceso iterativo: participantes opinan en diversas ocasiones, teniendo la oportunidad de reflexionar. Para las consultas se utiliza un cuestionario formal y estructurado.
- Anonimato: los expertos pueden conocerse, pero no identifican lo que cada uno dice.
- Feedback controlado: el investigador o grupo de investigación analiza las respuestas y produce una nueva consulta.
- Respuesta estadística en grupo: solicitud de estimaciones a los expertos, con base en frecuencias y medidas de tendencia central, así como valores de dispersión de las respuestas individuales.

Gordon, 1940 citado por Mercedes (2016:9) Debido al número reducido de participantes (entre seis y treinta), los resultados obtenidos no son estadísticamente significantes, sin embargo, los resultados representan la síntesis de un grupo especializado.

Presentando un proceso de cuatro fases:

1. Definición: los indicadores de innovación como parte del problema de investigación, se formula un objetivo de consulta, identificar las dimensiones que deben explorarse e identificar posibles fuentes de información.
2. Conformación del grupo de informantes: determinar el perfil de los participantes y su ubicación, protocolo de selección y aproximación, contactar a los integrantes potenciales. Tamaño entre 6-30 en función del problema.
3. Ejecución de las rondas de consulta: realización de cuestionarios al inicial, analizar la información y preparar el siguiente feedback y consulta, hasta que se responda al estudio.
4. Resultados: se analiza la información de la última ronda y se elabora el informe de devolución final.

La aplicación del método Delphi, se desarrolló mediante el envío de correo electrónico a 55 expertos con un plazo de respuesta de dos semanas, dentro de las cuales se obtuvieron más del 70% de respuestas insatisfactorias, otras no respondieron contando con seis respuestas de expertos y su ponderación, mediante la cual se obtuvo el promedio para cada indicador, realizando dos retroalimentaciones con cada participante, cada que lo solicitaban. Presentado los resultados obtenidos solamente como un ejercicio para corroborar la participación de los expertos y el método en sí.

La ponderación se realizó mediante indicadores de los modelos, teniendo en cuenta los más representativos; obteniendo valores a través del método Delphi. De 82 indicadores se seleccionaron 62 y de estos últimos solo 31 para la asignación de valor. Para estimar la operatividad de los modelos se asignaron valores a cada indicador, de acuerdo a la disponibilidad de información. Para el dato que no se obtuvo, su valor fue de cero; al dato obtenido de fuentes primarias se asignó un valor de uno; y al de fuentes secundarias un valor de dos. Para cada modelo se estimó un puntaje máximo considerando que cada indicador

tuviera un valor dos, lo que significaría un 100% de operatividad. A partir de ese puntaje se estimó la operatividad de cada modelo.

#### Resultados

La asignación de valores a los 31 indicadores se desarrolló mediante el método Delphi. Con base en los valores asignados por los expertos, se obtuvo la media de cada indicador. El resultado se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5. Indicadores de la Innovación

No.	Indicadores de Innovación Turística	Ponderación
1	Áreas protegidas o de conservación	3.45
2	Áreas acondicionadas para actividades turísticas	3.12
3	Situación social de la comunidad	3.33
4	Situación del medio ambiente	3.45
5	Costos de producción de los servicios/productos	3
6	Capital humano preparado y especializado	4.12
7	Certificación de las empresas turísticas	3.78
8	Comportamiento de la economía local	3.33
9	Empresas turísticas en el municipio	3.5
10	Empresas de mayor impacto económico en el municipio	3
11	Escolaridad de la población en general	3
12	Estado de la innovación en el municipio	3.67
13	Relaciones entre las empresas, organizaciones y gobierno	4.33
14	Infraestructura del municipio	3.45
15	Impactos generados en los ámbitos, social, político, económico y ambiental	2.67
16	Instituciones educativas dentro del municipio	3.5
17	Organizaciones sociales de apoyo dentro del municipio	3.78
18	Originalidad de los productos y servicios	4.12
19	Organizaciones públicas y privadas que participan en I+D en el municipio	4.12
20	Promoción del destino	2.12
21	Productos típicos del destino	3.12
22	Precio de los servicios y productos turísticos del destino	2.67
23	PIB generado por turismo	3
24	Regulación de la actividad turística por leyes y normas	2.67
25	Recursos disponibles para la actividad turística	3.12
26	Estructura social y jerarquías en el municipio	1.33
27	Servicios específicos y complementarios en el destino	2.78

28	Satisfacción del visitante y residente	3.17
29	Tecnología utilizada por el destino y atracciones tecnológicas	4.12
30	Procedencia de las innovaciones (internas/externas)	3
31	Instituciones de educación superior en el destino	2.33
	Total	100.13

Fuente: Elaboración propia.

Con los promedios obtenidos, se procedió a la vinculación de los indicadores evaluados con los elementos e indicadores generados en cada uno de los modelos estudiados. La operatividad se define en función de la posibilidad de transformar elementos de los modelos en indicadores; pero para el contexto local, también incluye la facilidad con la que la información puede ser obtenida. Estos dos elementos nos dan un resultado de operatividad, a partir de los indicadores contenidos y la obtención de información para cada indicador.

El modelo de Álvarez, et al. (2008), presentó un resultado del 70.25% en los destinos, presentando en su mayoría innovaciones incrementales, con base en los componentes identificados en el modelo. Teniendo mayor relevancia los indicadores: tecnología utilizada por el destino y atracciones tecnológicas; relaciones entre empresas, organizaciones y gobierno; originalidad de los productos y servicios; y, capital humano preparado y especializado. Mostrando un equilibrio entre las características de las innovaciones incrementales y radicales, al momento de su desarrollo. Recordando que las innovaciones incrementales son las que se desarrollan de manera paulatina y surgen a partir de la mejora de otra; las radicales son las que cambian de manera drástica o novedosa las existentes o se crean otras (ver Tabla 6).

La operatividad del modelo se estimó en un 81.82%. La obtención de información presentó dificultades en indicadores como: el comportamiento de la economía local, regulación de la actividad turística por leyes y normas, y la satisfacción del visitante y residente. Para este último punto se aplicaron cuestionarios en ambos municipios. En las oficinas de las autoridades municipales se desconoce la información o es inconclusa; por ejemplo, en el caso de la normatividad no se sabe cuántas veces han sido modificadas o aplicadas en cada uno de los

establecimientos. Sin embargo, el recorte de la realidad que se aprecia para el caso de este modelo es satisfactorio, debido a que permite ver más del 50% de los indicadores y variables del municipio en lo relacionado con la innovación.

Tabla 6. Ponderación del modelo de Innovación turística

#	Indicador de Innovación Álvarez	Ponderación	Operatividad
1	Áreas acondicionadas para actividades turísticas	3.12	2
2	Áreas protegidas o de conservación	3.45	1
3	Capital humano preparado y especializado	4.12	2
4	Certificación de las empresas turísticas	3.78	1
5	Comportamiento de la economía local	3.33	0
6	Costos de producción de los servicios/productos	3	2
7	Empresas de mayor impacto económico en el municipio	3	2
8	Empresas turísticas en el municipio	3.5	1
9	Estructura social y jerarquías del municipio	1.33	2
10	Infraestructura del municipio	3.45	2
11	Instituciones educativas dentro del municipio	3.5	1
12	Organizaciones sociales de apoyo dentro del municipio	3.78	2
13	Originalidad de los productos y servicios	4.12	2
14	PIB generado por turismo	3	1
15	Precio de los servicios y productos turísticos del destino	2.67	2
16	Productos típicos del destino	3.12	1
17	Promoción del destino	2.12	2
18	Recursos disponibles para la actividad turística	3.12	2
19	Regulación de la actividad turística por leyes y normas	2.67	2
20	Satisfacción del visitante y residente	3.17	2
21	Servicios específicos y complementarios en el destino	2.78	2
22	Tecnología utilizada por el destino y atracciones tecnológicas	4.12	2
	Puntaje	70.25	36
	Operacionalización		81.82

Fuente: Elaboración propia.

El modelo de innovación social (Tabla 7), muestra dos indicadores determinantes para identificar las innovaciones en la sociedad: Originalidad de los productos y servicios; relaciones entre empresas, organizaciones y gobierno. Teniendo una ponderación del 44.65%. En este modelo sobresale la información de carácter

social como: nivel de empleo, grado de estudio, las empresas, organizaciones e instituciones presentes en el destino. Estas características que permiten conocer el estado de la innovación y sus impactos en la sociedad o destino que se desea analizar.

La operatividad del modelo fue del 76.92%. Al reflejar el ámbito social, presenta diversas dificultades. Al trabajar con sociedades es complicado llegar a un consenso para la interpretación de los datos y la recolección de la información, como los indicadores del comportamiento de la economía local, el estado de innovación del municipio, los impactos generados en los ámbitos social, político, económico y ambiental, la regulación de la actividad turística por leyes y normas, y la satisfacción del visitante y residente. El modelo permite determinar algunos de los factores que afectan la sociedad en la generación de innovación y viceversa.

Tabla 7. Ponderación de la Matrix Innovatrix

#	Indicador de Innovación innovatrix	Ponderación	Operatividad
1	Comportamiento de la economía local	3.33	1
2	Empresas turísticas en el municipio	3.5	1
3	Escolaridad de la población general	3	1
4	Estado de Innovación del municipio	3.67	2
5	Impactos generados en los ámbitos, social, político, económico y ambiental	2.67	0
6	Infraestructura del municipio	3.45	2
7	Instituciones educativas dentro del municipio	3.5	1
8	Organizaciones públicas y privadas que participan en I+D	4.12	2
9	Originalidad de los productos y servicios	4.12	2
10	Recursos disponibles para la actividad turística	3.12	2
11	Regulación de la actividad turística por leyes y normas	2.67	2
12	Relaciones entre empresas. Organizaciones y gobierno	4.33	2
13	Satisfacción del visitante y residente	3.17	2
	Puntaje	44.65	20
	Operatividad en porcentaje		76.92

Fuente: Elaboración propia.

Para el caso del último modelo hay una falta de presencia del Sistema de Innovación Nacional en ambos municipios, puesto que ambos están dentro del mismo Estado. En este modelo son representativos dos indicadores: Organizaciones públicas y privadas que participan en I+D y capital humano preparado y especializado. A partir de estos indicadores se desarrollan o difunden las innovaciones en los destinos. Los indicadores considerados en este modelo presentan un 39% de los indicadores de la innovación turística (Tabla 8).

La operatividad del modelo es del 70.83% dentro de los municipios en referencia, con la presencia de un sistema nacional de innovación en los destinos. Este modelo también presenta complicaciones en la obtención de información de los indicadores relacionados con el comportamiento de la economía local, los impactos generados en los diversos ambientes del municipio.

Tabla 8. Ponderación del modelo: Sistema Nacional de Innovación

#	Indicador de Innovación	Ponderación	Operatividad
1	Áreas acondicionadas para actividades turísticas	3.12	2
2	Áreas protegidas o de conservación	3.45	1
3	Capital humano preparado y especializado	4.12	2
4	Comportamiento de la economía local	3.33	0
5	Empresas de mayor impacto económico en el municipio	3	2
6	Empresas turísticas en el municipio	3.5	1
7	Escolaridad de la población general	3	1
8	Impactos generados en los ámbitos, social, político, económico y ambiental	2.67	0
9	Infraestructura del municipio	3.45	2
10	Organizaciones públicas y privadas que participan en I+D	4.12	2
11	Promoción del destino	2.12	2
12	Recursos disponibles para la actividad turística	3.12	2
	Puntaje	39	17
	Operatividad en porcentaje		70.83

Fuente: Elaboración propia.

### Conclusiones

La ponderación de los modelos permite determinar el valor del modelo basado en sus indicadores. A su vez, los indicadores de innovación permitieron estimar la operatividad de cada modelo; mostrando la realidad que se puede obtener a través de la recolección y análisis de los datos:

- Modelo de Innovación turística una operacionalización del 81.82%
- Matrix Innovatrix del 76.92%
- Sistema Nacional de Innovación del 70.83%

Para estimar la operatividad de los modelos de innovación, considerando el tipo de innovación; la innovación social relacionada al turismo; y el Sistema Nacional de Innovación dentro de los destinos, se consideraron: los componentes del modelo, la dificultad del modelo el tipo de información y la disponibilidad de la información.

### Bibliografía

Bojórquez Zapata, M. I.; Pérez Brito, A. E. (2013). *La innovación: sus modelos, sus fuentes, sus indicadores y su importancia en la competitividad en México*. Revista el buzón de Pacioli, Año XIII.

Comisión Europea. (2001). *Cuadro de indicadores de la innovación*. Innovación y transferencia de tecnología

De Oliveira Santos, G. (2007). *Modelos teóricos aplicados al turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

De Pablos Heredero, C.; Soret Los Santos, I.; López Eguilaz, M. J. (2013). *Un modelo de la medición de resultados en las prácticas de innovación abierta*. J. Technol. Manag. Innov.

Diéguez Castrillón, I.; Gueimonde Canto, A; Sinde Cantorna, A. (2011) *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Cultur, Revista cultural de turismo.

Hernández, A. A. (2009). *Calidad de vida y medio ambiente urbano. Indicadores locales de sostenibilidad y calidad de vida urbana*. Revista invi.

Hermida, M. (2014). *Los indicadores sociales desde la perspectiva del desarrollo local sostenible en Tierra del Fuego*. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP. Memoria Académica compartimos lo que sabemos UNLP-FaHCE.

Hosteltur. (2016). *Innovación Turística*. Webinars Hosteltur. Junio.

Ibáñez, R.; Ángeles, M., (s.f.), *Indicadores de sustentabilidad turística en México*.

Innovación y Transferencia de tecnología. N° especial. Octubre 2001. Publicado por la Comisión Europea.

Jiménez Baños, P.; Aquino Jiménez, F. K. (2012). *Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos*. Estudios y Perspectivas en turismo.

López, M. T.; Gentile, N. (s./a). *Sistema de indicadores económicos y sociales: la importancia del análisis integrado*. Centro de investigación, seguimiento y monitoreo del desarrollo.

Loewy, T. (2008). *Indicadores sociales de las unidades productivas para el desarrollo rural en argentina*. Redibec. Revista Iberoamericana de Economía Ecológica.

Martínez, M. A.; García, G. A.; López, A. P. L. (2011). *Innovación, transferencia tecnológica y políticas. Retos y Oportunidades*. Consejo de Ciencia y tecnología del Estado de Guanajuato.

Mercedes, R. A.; Mercedes, T.F. (2016). *El método Delphi*. Universidad de Barcelona. Institut de Ciencies de l'Educacio. REIRE.

Pearce, D. G. (2016). *Modelos de gestión de destinos. Síntesis y evaluación*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

Phélan, C. M. (2011). *Revisión de índices e indicadores de desarrollo*. Aportes para la medición del buen vivir (Sumak Kawsay). Obets. Revista de Ciencias Sociales.

Sánchez, D. C. (2015). *Un sistema de indicadores turísticos básico: primera aproximación*. Consejo Nacional de investigaciones científicas y técnicas.

Sancho, A.; García, G.; Rozo, E. (2007). *Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables*. Anals of Tourism research en Español.

Sancho Pérez, A.; García Mesanat, G. (s.f.). *¿Qué indica un indicador?*  
Análisis comparativo en los destinos turísticos.

#### 5.4. *Relación entre innovación turística y desarrollo local*

La relación entre la innovación turística y el desarrollo local se estableció sobre la base de los indicadores utilizados en ambas áreas. Para el caso de la innovación, se utilizaron los indicadores definidos en el transcurso de este trabajo. En el caso del desarrollo local se consultaron a Hermida (2014); el Instituto de desarrollo regional, Grupo de desarrollo sostenible (2010); Sancho, García y Roza (2007); y Phélan (2011), quienes trabajan propuestas de indicadores. A partir de esta consulta se generó un listado de indicadores para el desarrollo local, que permitieron una comparación directa entre ambas listas de indicadores para establecer una posible vinculación (ver Tabla 9).

Tabla 9. Relación entre la innovación turística y el desarrollo local a partir de indicadores

No.	Indicadores de Innovación Turística	Indicadores de Desarrollo local
1	Áreas protegidas o de conservación	Superficie municipal protegida
2	Áreas acondicionadas para actividades turísticas	Empresas y entidades relacionadas con el medio ambiente, Consumo de Agua; Organizaciones e instituciones
3	Situación social de la comunidad	Movimiento natural de la población
4	Situación del medio ambiente	Agricultura ecológica
5	Costos de producción de los servicios/productos	Sistemas territoriales de innovación
6	Capital humano preparado y especializado	Recursos de atención primaria
7	Certificación de las empresas turísticas	Gestión Empresarial; Certificaciones de calidad
8	Comportamiento de la economía local	Índice de precios al consumidor (IPC)
9	Empresas turísticas en el municipio	Empresas Instaladas
10	Empresas de mayor impacto económico en el municipio	Capital social e institucional
11	Escolaridad de la población en general	Alumnos por profesor
12	Estado de la innovación en el municipio	Cultura Emprendedora
13	Relaciones entre las empresas, organizaciones y gobierno	Gestión Pública
14	Infraestructura del municipio	Infraestructura y equipamiento básico
15	Impactos generados en los ámbitos,	Inflación; PIB

	social, político, económico y ambiental	
16	Instituciones educativas dentro del municipio	Educación ambiental
17	Organizaciones sociales de apoyo dentro del municipio	Estrategias de Desarrollo
18	Originalidad de los productos y servicios	Inversión en nuevas industrias
19	Organizaciones públicas y privadas que participan en I+D en el municipio	Sistema territorial de I+D+i
20	Promoción del destino	Asociativismo
21	Productos típicos del destino	
22	Precio de los servicios y productos turísticos del destino	
23	PIB generado por turismo	Nivel de desempleo, PIB
24	Regulación de la actividad turística por leyes y normas	Programas municipales de sostenibilidad ambiental
25	Recursos disponibles para la actividad turística	Demanda de productos y servicios; Turismo activo
26	Estructura social y jerarquías en el municipio	Descentralización
27	Servicios específicos y complementarios en el destino	Recursos de atención especializada
28	Satisfacción del visitante y residente	Niveles de inmisión de contaminantes a la atmósfera
29	Tecnología utilizada por el destino y atracciones tecnológicas	Acceso a internet
30	Procedencia de las innovaciones (internas/externas)	Innovaciones tecnológicas, gestión y socioinstitucionales; Introducción de innovaciones en los sistemas productivos locales
31	Instituciones de educación superior en el destino	Formación de recursos humanos

Fuente: Hermida (2014); Instituto de desarrollo regional, Grupo de desarrollo sostenible (2010); Sancho, García y Rozo (2007); y Phélan (2011).

Como se observa en la Tabla 10, existe una vinculación entre la innovación y el desarrollo local, misma que se puede observar a partir de sus indicadores. Por ejemplo, la situación social de la comunidad está vinculado con el movimiento natural de la población. El primero nos indica el estado actual de la comunidad considerando desempleo, inseguridad, calidad de vida, salario mínimo, relaciones entre las organizaciones, empresas, gobierno, medios de comunicación, transporte, actividades recreativas, conflictos políticos, economía local,

oportunidades de empleo, acceso a la seguridad social. Un saldo negativo en estos factores generan que la comunidad busque nuevas y mejores oportunidades para su desarrollo, llevándolos a trasladarse a otros municipios y localidades. Este movimiento natural de la población permite solventar las necesidades básicas para los individuos que lo realizan, generando en el destino la activación de la economía y la introducción de innovaciones o nuevas tecnologías en beneficio de la comunidad.

La certificación de las empresas turísticas tiene relación con la gestión empresarial y las certificaciones de calidad. Las empresas tienen un papel importante dentro del municipio por la generación de empleos y las necesidades que solventa en la población; por otro lado, las certificaciones acreditan que la empresa cumple con los lineamientos y normativas necesarias para estar en operaciones dentro del municipio y ante el gobierno. Las certificaciones son importantes en ambos indicadores, puesto que de ellas depende el crecimiento de la empresa y un mayor beneficio para la comunidad. Esto implica la gestión de los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, administrativos) de la empresa para su optimización.

El estado de la innovación en el municipio se vincula con la cultura emprendedora. El estado de innovación se ve afectado por los residentes y visitantes al lugar, considerando que algunas de las innovaciones son traídas por personas ajenas al destino y otras son generadas por los residentes, mejorando un producto existente o cambiándolo por uno nuevo. De esta manera, el estado de la innovación en el municipio se ve afectada por la cultura emprendedora, la cual consiste en una persona o grupo de personas que persiguen un mismo objetivo y que tienen los conocimientos, habilidades y cualidades para gestionar un proyecto o iniciativa.

El indicador de infraestructura del municipio de la innovación turística tiene correspondencia con el indicador infraestructura y equipamiento básico del desarrollo local. Este indicador contempla las vías de acceso que conectan al destino con el exterior y su conexión al interior, permitiendo los desplazamientos; también incluye los servicios básicos para la comunidad como drenaje, sistema de agua potable, electricidad, telecomunicaciones, y en algunos casos la cobertura

inalámbrica de internet. La existencia y buenas condiciones de infraestructura favorecen el desarrollo del destino y mejoran la calidad de vida de la población local.

El indicador de Organizaciones públicas y privadas que participan en I+D en el municipio tiene relación con el indicador del Sistema territorial de I+D+i. Las organizaciones públicas y privadas tienen el objeto de mejorar las empresas y los municipios en que operan. Esto puede ser a través de la solución a alguna problemática existente o a iniciativas o innovaciones. El Sistema territorial de I+D+i tiene un papel importante en el gobierno, y favorece el flujo de información en los diferentes niveles territoriales, facilitando la identificación de problemas para dar respuesta a necesidades existentes. Puede implicar la mejora de un proceso o método existente o la implementación de nuevos métodos para dar solución.

Los Recursos disponibles para la actividad turística están relacionados con la demanda de productos y servicios, y el turismo activo. Los recursos del destino (oferta) son la base para la actividad turística; desde naturales (caídas de agua, paisajes, áreas naturales protegidas, montañas, cavernas, minas, reservas, parques), culturales (festividades, ferias, monumentos históricos, gastronomía, danzas típicas, vestimenta, museos), tecnológicos (parques de atracciones, cines, salas de proyecciones, transporte) y lugares para hospedarse (hoteles, resorts, hostales, zonas para acampar, posadas). El visitante forma parte de la demanda de productos y servicios; su actividad genera impactos en la activación de la economía, generación de nuevos empleos, creación de nuevas empresas, ampliación de la infraestructura, estructura y la modificación de la superestructura.

Los indicadores son herramientas que permiten medir impactos, monitorear el estado de alguna situación, y generar estrategias que permitan lograr los objetivos planteados. La relación observada entre los indicadores de innovación turística y desarrollo local indican que el primero tiene incidencia en el segundo. Residentes, visitantes, empresas, organizaciones son generadores de innovaciones. A partir de las innovaciones se crean beneficios para el espacio en donde se desarrollen. Al implementar las innovaciones se genera el efecto de desarrollo, proceso que a

su vez busca el aprovechamiento de los recursos en beneficio de la población local.

## 6. Discusión

La operacionalización de los modelos de innovación permite el conocimiento de la realidad de los destinos turísticos a través del desarrollo de indicadores y de la información que sea subsecuentemente recabada. Este trabajo argumenta que la operacionalización de los modelos de innovación depende no únicamente de la capacidad de transformar sus conceptos en variables que permitan obtener un dato empírico. La operacionalización depende también de la posibilidad de obtener dichos datos. En este sentido, se encontró que a nivel de destinos locales la obtención de información presenta una complejidad en tiempo y disponibilidad. Esto impide la aplicación comprensiva de los modelos, por lo que la realidad que refleja el análisis de la innovación en los destinos turísticos locales es incompleta.

De acuerdo al modelo de Álvarez, et al. (2008), el tipo de innovación identificada para Malinalco es incremental, debido a que se encuentra consolidado como destino turístico, generando innovaciones en menor grado con menor impacto; con un estado de estancamiento. Coatepec Harinas al ser un municipio que se mantiene por actividades primarias y secundarias, ha presentado innovaciones radicales en el sector turístico.

Malinalco presenta en innovación social innovaciones de una a tres en los últimos cinco años, mostrando un grado de originalidad medio, presentando una irrupción entre el uno por ciento y diez por ciento. En cuanto al origen de las innovaciones se presentan de una a tres creadas por residentes y las mismas de una fuente externa. Coatepec Harinas presenta siete innovaciones en los últimos cinco años, con un grado de originalidad alto y una irrupción del 11 a 20%, así como la generación e introducción de innovaciones entre 11 y 20 por residentes y foráneos.

Para el sistema de innovación nacional se cuenta con un capital de riesgo de 500 millones de dólares, y capital semilla las empresas manejan desde 50 a 500 mil pesos, contando con 57 fondos de riesgos y un endeudamiento del país de 453 mil 548 millones de dólares. Con un aproximado de 28 millones de beneficiarios distribuidos en 5 mil 491 programas vigentes, con una inversión pública de 22.50%

para promoción. Teniendo un total de patentes de 91 mil 591, e investigadores aproximadamente de 25,072 con 328 mil becas para desarrollo de proyectos.

Tabla 10. La innovación en los municipios de Malinalco y Coatepec Harinas

<b>Malinalco</b>	<b>Coatepec Harinas</b>
Tendencia a la emoción, autenticidad, sostenibilidad-autenticidad	Sostenibilidad Autenticidad
Diversificación de productos	Menor número de productos típicos
Sistema Local de Innovación sostenido por cinco empresas	Sistema de Innovación se mantiene similar a Malinalco
Innovaciones han disminuido, presenta un estancamiento de manera general	Presenta pocas innovaciones, lo cual da la oportunidad de mejorar
Con base al sistema nacional, se ve presente con relación a las empresas, vías de acceso, la satisfacción del visitante, oferta turística, organizaciones de apoyo, endeudamiento	Con base al sistema nacional, presenta ausencia en cuanto a las instituciones internas, organización, innovación, su PEA, nivel promedio de educación y actividades desarrolladas

Fuente: Elaboración propia.

La aplicación del método Delphi se desarrolló mediante el envío de correo electrónico a 55 expertos con un plazo de respuesta de dos semanas, dentro de las cuales se obtuvieron más del 70% de respuestas insatisfactorias. Finalmente se obtuvo un total de seis participaciones de expertos, el mínimo para la validación del método. A partir de estas participaciones se obtuvo la ponderación de los 31 indicadores considerados, de acuerdo a su importancia en la innovación turística. Se realizaron dos retroalimentaciones con cada participante, y se obtuvo un promedio final. De acuerdo a estos resultados se observó lo siguiente:

- El modelo del contexto de innovación de Álvarez, et al. (2008) permite conocer la innovación en un 70.25% en el destino, a través de 22 indicadores de innovación.
- El modelo de innovación social (Ayesterán, 2011) se identificaron 13 indicadores que permiten conocer la innovación en un 44.65%.
- El modelo del sistema nacional de innovación (Hall y Williams, 2008) permite conocer el 39% de la innovación, a través 12 indicadores.

Para el caso de la operatividad de los modelos con base en los indicadores de innovación turística, se obtuvieron los siguientes:

- Modelo del Contexto de innovación de Álvarez, et al. (2008)  
81.82%
- Modelo de Innovación Social de Ayesterán (2011)  
76.92%
- Modelo del Sistema Nacional de Innovación de Hall y Williams (2008)  
70.83%

Para esta estimación se consideró la información disponible y su fuente de obtención, resultando más completo el modelo del Contexto de innovación, por su mayor número de elementos con información disponible. El modelo de Innovación Social presentó dificultades en el proceso de recopilación de la información. El Modelo del Sistema Nacional de Innovación presentó el desafío de identificar su presencia en el medio local, puesto que su participación es desconocida o indirecta.

La relación de la innovación turística y el desarrollo local se realiza mediante indicadores de cada uno de los modelos, partiendo de los indicadores (31 para innovación y 69 para desarrollo local). La relación de los componentes de innovación y desarrollo local se da a partir de las dimensiones generales: económica, socio-institucional y ambiental. Esta relación sugiere que a mayor innovación, el desarrollo local del destino empieza a generar mayor impacto en las

áreas interrelacionadas, lo que a su vez tiene un efecto positivo en la preferencia de los visitantes.

## 7. Conclusiones

La innovación como proceso de cambio y mejora en la actividad turística es fundamental para permanecer en la preferencia del visitante. El conocimiento de la situación del destino con respecto a la innovación turística permitiría generar estrategias de mejora. En el caso de esta investigación los modelos de innovación seleccionados permitieron conocer el tipo de innovación, la innovación social y determinar si existe un sistema nacional de innovación y las relaciones existentes entre los destinos.

La operacionalización de los modelos dio como resultado 34 componentes, 66 indicadores y 126 variables, que permitieron analizar de manera empírica la innovación en los destinos. Dentro del análisis de la innovación en Malinalco y Coatepec Harinas se presentaron dificultades en el proceso de recolección de datos, lo cual impidió la obtención de información para todos los indicadores y variables. Con la información obtenida, se pudieron llegar a las siguientes conclusiones:

### 1. Malinalco

- El tipo de innovación identificada en el destino ha sido incremental, con base en sus características y el tiempo que se ha desarrollado.
- Las innovaciones generadas en su mayoría surgen por personas foráneas al municipio en su mayoría; presentando en menor grado las propuestas por los residentes.
- Se identifica la presencia del Sistema Nacional de Innovación mediante el programa de pueblos mágicos y algunas certificaciones otorgadas por la SECTUR y empresas capacitadoras.
- Presenta un estancamiento y zona de confort en el municipio en relación con el turismo.

### 2. Coatepec Harinas

- Las innovaciones se han dado de manera radical, generando un cambio drástico en las áreas donde se generan, al ser un destino nuevo en relación al turismo.

- Presenta innovaciones introducidas por residentes, pero generadas en otros municipios; algunas por parte de inversionistas.
- El Sistema de Innovación Nacional dentro del destino es casi nulo, y la ayuda que se obtiene de este sistema a través del programa Pueblos con Encanto, presentando deficiencias en el uso de los recursos.
- Este municipio muestra desinterés por el sector turismo, lo cual impide el desarrollo de la actividad dentro del mismo y la generación de nuevas formas de ingreso para sus residentes. Lo que se observa en turismo ha sido generado por personas interesadas en el área, sin generar realmente un impacto general en el destino, solo son cambios radicales en áreas específicas.

Como se observó la innovación produce impactos en el medio en que se desarrolla, vinculándose así con el desarrollo local del destino. Esto se mide mediante indicadores, proponiendo 31 indicadores de innovación social y 69 de desarrollo local. Los indicadores consideran factores como: empresas, residentes, organización pública, políticas para innovar, medio ambiente, la economía, capacitación, experiencia, tecnología; de manera general en las cuatro principales áreas: economía, social, política y ambiental. La vinculación directa encontrada a partir de los indicadores es la siguiente:

- Modelo de Álvarez (2008) Tipo de Innovación: 24 de Innovación y 27 de Desarrollo local
- Modelo de Ayestarán (2011 ) Innovación Social: 18 de Innovación y 17 de Desarrollo local
- Modelos de Hall (2008) Sistema Nacional de Innovación: 15 de Innovación y 16 de Desarrollo local

Teniendo en cuenta la capacidad operativa como la parte de la realidad que permiten conocer los modelos a través sus variables e indicadores se obtuvo que el modelo de Álvarez, et al. (2008) tiene una capacidad operativa del 81.82%, el modelo de Ayestarán (2011) del 76.92% y el de Hall y Williams (2008) del 70.83%.

El trabajo realizado permitió la operacionalización de los modelos de innovación para su aplicación en dos destinos turísticos locales. Sin embargo, las variables propuestas quedaron incompletas por la falta de información. Se propone que trabajos futuros relacionados con los modelos, deben considerar el nivel de dificultad para la obtención de información, e incluso una adaptación de los modelos para destinos locales. La información obtenida a través de este análisis permite la generar estrategias de desarrollo de la actividad en el destino, y como consecuencia, un desarrollo local.

## 8. Referencias

Alburquerque, F. (2003). *Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local*. Instituto de Economía y Geografía Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Pinar.

Acerenza, M. Á. (2003). *Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual*. Aportes y transferencias.

Álvarez, S. A.; Rego Veiga, G.; Gomis Rodríguez, A.; Caramés Valo, R.; Andrade, S. M. J. (2008). *Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio*. ROTUR/Revista de ocio y turismo. Coruña.

Álvarez, R. M.; Olmo, M. F. (2014). *Operacionalización de conceptos/variables*. Barcelona. Dpósito Digital de la UB.

Apolaya S. M. S/A Operacionalización de variables. DISAN FAP.

Ávila, B. R.; Barrado Timón, D. A. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Cuadernos de turismo.

Ayesterán, I. (2011). *Epistemología de la innovación social y de la destrucción creativa*. Utopía y Praxis Latinoamericana. Universidad de Zulia. Maracaibo, Venezuela.

Barbosa, S. B. M.; Dominique Ferreira, S. (2012). *La innovación de los procesos. Diferenciación en los servicios turísticos*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

Barkin, D.; Fuente, M. E.; Rosas, M. (2009). *Tradición e innovación. Aportaciones campesinas en la orientación de la innovación tecnológica para forjar sustentabilidad*. Trayectorias.

Betancur, L. S. I. (2017). *Operacionalización de variables*. Facultad de Ciencias de la Salud. Universidad de Caldas.

Boisier, S. (1999). *Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando?* Santiago de Chile

Boisier, S. (2009). *Sinergia e innovación local*. Semestre económico.

Bojórquez Zapata, M. I.; Pérez Brito, A. E. (2013). *La innovación: sus modelos, sus fuentes, sus indicadores y su importancia en la competitividad en México*. Revista el buzón de Pacioli.

Bustos Cara, R. (2004). *Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local*. Aportes y Transferencias.

C. González, R.; D. Mendieta, M. (2009). *Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos*. Cuadernos de Turismo.

Cabiño Sánchez, C. (s/a). *El capital humano: factor de innovación, competitividad y crecimiento*. Sexto congreso de economía de Navarra.

Cárdenas, N. (2002). *El desarrollo local y su conceptualización y procesos*. Provincia. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.

Casalis, A. (2009). *¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?* CEDEL. Buenos Aires, Argentina

Cazau, P. (2004). *Categorización y operacionalización de variables. Guía de metodología de la investigación*. Apuntes sobre metodología de la investigación. Universidad pedagógica de Durango.

Centro de Investigación en Cultura y Desarrollo. (2018). *Guía tarea operacionalización de variables y categorías analíticas*.

Cillero Carrasco, E.; Sánchez Fuente, F.; Robledo, B. (2008). *Compendio de definiciones del concepto "Innovación" realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto*. Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Bilbao.

Comisión Europea. (2001). *Cuadro de indicadores de la innovación*. Innovación y transferencia de tecnología

D. Cabiño Sánchez, C. (s/a). *El capital humano: factor de innovación, competitividad y crecimiento*. Sexto Congreso de economía de Navarra. Universidad Rey Juan Carlos.

De Oliveira Santos, G. (2007). *Modelos teóricos aplicados al turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo.

De Pablos Heredero, C.; Soret Los Santos, I.; López Eguilaz, M. J. (2013). *Un modelo de la medición de resultados en las prácticas de innovación abierta*. J. Technol. Manag. Innov.

Diéguez Castrillón, I.; Gueimonde Canto, A; Sinde Cantorna, A. (2011). *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Cultur, Revista cultural de turismo.

Duque Brito, A. (2006). *Turismo y Competitividad en Venezuela: Una aproximación a la situación actual Venezolana*. Visión General.

Echeverry, R. R. D.; Medina, V. J. E.; Silva, C. T. F. (2013). *El desarrollo local desde una perspectiva sociocultural de la competitividad*. Cuadernos de administración. Universidad del Valle.

Formichella, M. M. (2005). *La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo*. Tres Arroyos. Conceptos de Innovación y desarrollo.

Fuentes Moraleda, L. (2011). *El capital intelectual en los destinos turísticos: elementos e interrelaciones*. Tourism & Manegement Studies.

García, G. F. (2012). *Conceptos sobre Innovación*. "Plan estratégico 2013-2020", Asociación colombiana de facultades de ingeniería.

González Romero, G. (2006). *Innovación territorial y políticas públicas*. Boletín de la A.G.E.N.

González Sánchez, R. (2011). *La innovación abierta en las empresas turísticas extremeñas como herramienta de entrada en el turismo de negocios*. PASOS.

Hernández, A. A. (2009). *Calidad de vida y medio ambiente urbano*. Indicadores locales de sostenibilidad y calidad de vida urbana. Revista invi.

Hermida, M. (2014). *Los indicadores sociales desde la perspectiva del desarrollo local sostenible en Tierra del Fuego*. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP. Memoria Académica compartimos lo que sabemos UNLP-FaHCE.

Herrera, B.; Díaz, P. J. M.; Parra, V. M. R. (2012). *Los determinantes del desarrollo local. Un estudio de caso en Chiapas, México*. Agricultura, Sociedad y Desarrollo.

Ibáñez, R.; Ángeles, M., (s/a). *Indicadores de sustentabilidad turística en México*.

Iglesias Sánchez, P.; Correia, M.B.; Jambrino Mandonado, C.; De Luque Rojas, S. (2017). *Retos de la gestión en destinos turísticos a partir de la innovación abierta*. Estudios y Perspectivas en turismo.

Instituto de desarrollo regional. (2010). *Sistema de indicadores de desarrollo local sostenible en Andalucía*. Fundación de la universidad de Sevilla. Grupo de desarrollo sostenible.

Innosutra. (2007). *Innovación. Tipos de Innovación*. Medidas Innovadoras. Apoyo a la innovación en las PYMES.

Jiménez Baños, P.; Aquino Jiménez, F. K. (2012). *Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos*. Estudios y Perspectivas en turismo.

Jiménez, G. C. (2016). *Operacionalización de variables*. Facultad de medicina. Universidad Autónoma del Estado de México.

Juárez, A. G. (2013). *Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial*. Revista Lider. Universidad de Castilla-La Mancha.

López, M. T.; Gentile, N. (s/a). *Sistema de indicadores económicos y sociales: la importancia del análisis integrado*. Centro de investigación, seguimiento y monitoreo del desarrollo.

Loewy, T. (2008). *Indicadores sociales de las unidades productivas para el desarrollo rural en argentina*. Redibec. Revista Iberoamericana de Economía Ecológica.

Mantero, J. C. (2004). *Desarrollo local y actividad turística*. Aportes y Transferencias.

Manual de Oslo. (2006). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera Edición. OCDE y Eurostat.

Mara Mazaro, R. (2007). *Factores determinantes de la competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Observatorio de Inovacao do Turismo.

Martínez, P. Y. (2010). *Elementos sustanciales del desarrollo local*. Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social. Universidad Málaga.

Mendes Thomaz, G.; Augusto Biz, A.; G. Gandara, J. M. (2013). *Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales*. Estudios y Perspectivas en turismo.

Mercedes, R. A.; Mercedes, T.F. (2016). *El método Delphi*. Universidad de Barcelona. Institut de Ciencies de l'Educatio. REIRE.

Mette Hjalager, A. (2009). *A review of innovation research in tourism*. Tourism Management. University of Southem Denmark.

Monge, R. Y. V.; Macías, C. A. R. (2016). *El desarrollo local. Enfoques para su conceptualización*. Olimpia, revista de la Facultad de Cultura Física de la Universidad de Granma.

Narváez, M.; Fernández, G. (2013). *Redes de cooperación empresarial: Relaciones e interacciones para promover desarrollo turístico local*.

Núñez, F. M. I. (2007). *Las variables: estructura y función en la hipótesis*. Investigación educativa.

Olaya Dávila, A. (2008). *Economía de la innovación y del cambio tecnológico: una aproximación teórica desde el pensamiento Schumpeteriano*. Ciencias Estratégicas.

Phélan, C. M. (2011). *Revisión de índices e indicadores de desarrollo. Aportes para la medición del buen vivir (Sumak Kawsay)*. Obets. Revista de Ciencias Sociales.

Ponce de León Rosas, A.; Aranda Orozco, G. (2010). *Economía social: una propuesta para el campo mexicano*. Estudios Agrarios.

Puccio, H.; Grana, N. (2008). *La innovación como requisito para la competitividad turística. Una metodología para su descripción y análisis*. Gestión Turística.

Pulido Fernández, J. I.; López Sánchez, Y. (2016). *La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso España*. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.

Reguant, A. M.; Martínez, O. F. (2014). *Operacionalización de conceptos/variables*. Universidad de Barcelona, Barcelona, España.

Rodríguez, C. J. C. (2009). *Los procesos de desarrollo local desde la perspectiva europea: génesis y transformación*. Semestre Económico. Medellín Colombia.

Salvador, A.; Duro, J. A. (2009). *Competitividad y sistemas de innovación territorial en turismo*. Working papers. Universitat Rovira I Virgili.

Sernatur, (2016), *Productos turísticos innovadores en Chile- Caso de éxito*.

Sánchez, D. C. (2015). *Un sistema de indicadores turísticos básico: primera aproximación*. Consejo Nacional de investigaciones científicas y técnicas.

Sancho, A.; García, G.; Rozo, E. (2007). *Comparativa de indicadores de sostenibilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables*. Anals of Tourism research en Español. Vol 9. Núm. 1 pp. 150-177

Sancho Pérez, A.; García Mesanat, G. (s/a). *¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos*.

Velasco, E.; Zamanillo, I.; Gurutze Intxaurburu, M. (2007). *Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación: desde el modelo lineal hasta los sistemas de innovación*. Decisiones organizativas.

Vinculación en Docencia CICDE-CEUS. *Guía para la operacionalización de variables y categorías analíticas*. Guía de apoyo. Sesión Metodológica.

## 9. Anexos.

### Anexo 1. Cuestionario a Residente

Objetivo: Conocer el panorama general de los cambios ocurridos en lo referente a la actividad turística, y su impacto en el municipio.

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

Instrucciones: Favor de responder las preguntas, colocando la respuesta adecuada en el paréntesis.

1. ¿Existen mayoristas turísticos dentro del municipio?  
A) Sí                      B) No
  2. ¿Cuántos recursos naturales y culturales posee el municipio?  
A) 1-5                      B) 6-10                      C) 11-15                      D) 20-30
  3. ¿Existen grupos u organismos que trabajen en conjunto?  
A) Sí                      B) No
  4. ¿Cuántas organizaciones relevantes existen dentro del municipio?  
A) Ninguna B)1-5                      C) 6-10                      D) 11-15                      E) Más de 15
  5. ¿Cómo considera las relaciones entre las organizaciones?  
A) Buena                      B) Mala                      C) Regular
  6. ¿Cuántas organizaciones sociales se han modificado o surgido en los últimos cinco años?  
A) Ninguna B) 1-5                      C) 6-10                      D) 11-15                      E) 16-20                      F) Más de 20
  7. ¿Cuántas organizaciones no se han modificado con el paso del tiempo?  
A) Ninguna B) 1-5                      C) 6-10                      D) 11-15                      E) Más de 15
  8. ¿Cómo están organizadas las instituciones jerárquicamente internamente?
- 
9. ¿Cuántos productos nuevos en materia turística se han introducido en los últimos cinco años?  
A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) Más                      E) Ninguno
  10. ¿Cuántas innovaciones se han desarrollado para el turismo en los últimos cinco años?  
A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) 11-20                      E) Más de 20
  11. ¿En qué porcentaje las innovaciones han modificado al municipio?  
A) Ninguna                      B) 1-10%                      C) 11-20%                      D) 21-40%                      E) 41-80%                      F) 100%
  12. ¿Cuántas innovaciones en turismo son creadas por los residentes?  
A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) 11-20                      E) Más                      F) Ninguna
  13. ¿Cuántas innovaciones turísticas han sido introducidas por personas fuera del municipio?  
A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) 11-20                      E) Más                      F) Ninguna
  14. ¿Aproximadamente, cada cuánto tiempo se presentan innovaciones en turismo?  
A) 6 meses                      B) 12 meses                      C) 2 años

	10%	25%	50%	75%	100%
15. ¿En un porcentaje, qué tanto ha cambiado el municipio en los últimos años?					
16. ¿Qué porcentaje del municipio no se ha modificado?					
17. ¿Cuál es porcentaje de recursos relacionados entre sí en el municipio?					
18. ¿Cuál es el porcentaje de satisfacción en comunicaciones?					

Por su atención, Gracias.

## Anexo 2. Cuestionario a Visitantes

Objetivo: Conocer la opinión del turista sobre el municipio, permitiendo obtener datos para el análisis de la innovación turística.

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

Instrucciones: Favor de responder las preguntas, seleccionando la respuesta adecuada.

1. ¿Utiliza el internet para planear sus vacaciones?  
A) Siempre                      B) Algunas veces                      C) Nunca
2. ¿Qué tanto le interesa interactuar con la comunidad local?  
A) Mucho                      B) Poco                      C) Indistinto
3. ¿Qué tipo de atracciones prefiere?  
A) Naturales                      B) Culturales                      C) Basadas en la tecnología
4. ¿Considera que este lugar es único en su categoría?  
A) Sí                      B) No
5. ¿Cómo considera el precio de los servicios en comparación con lugares similares?  
A) Mejor                      B) Peor                      C) Igual
6. ¿Cómo considera la atención y calidad en comparación con lugares similares?  
A) Mejor                      B) Peor                      C) Igual
7. ¿Cómo considera la visita al municipio?  
A) Satisfecho                      B) Insatisfecho                      C) Medianamente satisfecho
8. ¿Cuál es el rango de precios en que se encuentra el hospedaje?  
A) 100-500                      B) 501-1000                      C) 1001-1500
9. ¿Cuál es el rango de precios en que se encuentran las actividades turísticas?  
A) 100-500                      B) 501-1000                      C) 1001-1500
10. ¿En promedio, cuánto ha gastado en su viaje por día por persona?  
A) 50-500      B) 501-999      C) 1000-2000      D) Más de 2000 pesos

Por su atención, Gracias.

### Anexo 3. Cuestionario a Empresa

Objetivo: Obtener información de las empresas turísticas, con la finalidad de identificar su innovación, calidad, servicios y personal con los que cuentan.

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Instrucciones: Favor de responder las preguntas, seleccionando la respuesta adecuada

1. ¿Cuántos productos oferta su empresa?  
A) 3-6 B) 7-10 C) 11-15 D) Más de 15
2. ¿Cuántos son sus productos más demandados?  
A) 1-3 B) 4-6 C) 7-9 D) Más de 9
3. ¿Cómo considera que el grado de diferenciación de los productos?  
A) Alto B) Bajo C) Medio
4. ¿Cómo consideras la innovación en los productos?  
A) Alta B) Baja C) Media
5. En promedio, ¿cuántas reservaciones/ventas realiza por semana?  
\_\_\_\_\_
6. ¿Cuántas devoluciones/cancelaciones reciben por semana? \_\_\_\_\_
7. ¿Cuántas quejas recibe por semana? \_\_\_\_\_
8. ¿En cuántos mercados nuevos ha ingresado en los últimos cinco años?  
A) 1-3 B) 4-6 C) 7-10
9. ¿Cuántos son sus competidores directos?  
A) 1-3 B) 4-6 C) 7-10 D) ninguno
10. ¿Cuántas innovaciones ha desarrollado en los últimos cinco años?  
A) 1-2 B) 3-4 C) 5-6 D) 7-8 E) Más
11. ¿Cuántos cursos de capacitación toman al año?  
A) 1-3 B) 4-6 C) 7-10
12. ¿En las capacitaciones recibidas, cuántos capacitadores proceden del municipio?  
A) Ninguno B) 1-3 C) 4-6 D) 7-8
13. ¿Cuántas acreditaciones y/o certificaciones posee la empresa?  
A) 1-3 B) 4-6 C) 7-10 D) más E) ninguna
14. ¿Cuál es el porcentaje de clientes cautivos?  
A) 0-10% B) 11-20% C) 21-40% D) 41-60%
15. ¿De qué manera se generan estrategias de desarrollo para la empresa?  
A) Individual B) Colectivamente
16. ¿Cómo considera la motivación de los colaboradores?  
A) Alta B) Baja C) Media
17. ¿Cuenta con un programa de motivación para los colaboradores?  
A) Sí B) No

18. ¿Cuál es el nivel promedio de estudio de los colaboradores?  
 A) Secundaria                      B) Preparatoria                      C) Universidad
19. ¿Con cuántos colaboradores certificados cuenta?  
 A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) más                      E) ninguno
20. ¿Cuántos idiomas dominan los colaboradores?  
 A) 1-2                      B) 3-4                      C) 5-6
21. ¿Cuántos colaboradores están preparados para actividades directivas?  
 A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) ninguno                      E) todos
22. ¿Cuántas personas están asignadas para I+D (Investigación y Desarrollo)?  
 A) 1-3                      B) 4-6                      C) 7-10                      D) ninguno                      E) todos
23. ¿Cuántos colaboradores cuentan con especialización dentro del área?  
 A) 0-30%                      B) 31-60%                      C) 61-90%                      D) 100%
24. ¿Posee manuales internos?  
 A) Sí    B) No
25. Se han modificado los procesos en los últimos cinco años  
 A) Sí    B) No
26. De la inversión anual de la empresa, ¿cuánto corresponde a tecnologías de la información?  
 A) 0%                      B) 5%                      C) 10%                      D) 20%                      E) más
27. ¿Cuál es la inversión para los productos diferenciados?  
 A) 5-15%                      B) 16-25%                      C) 25-50%
28. ¿Qué porcentaje de la inversión destina a marketing?  
 A) 5%    B) 10%                      C) 15%                      D) 25%
29. ¿Sus costos de producción se han reducido o incrementado en los últimos cinco años?  
 A) Reducido    B) Aumentado    C) Mantenido
30. ¿Cuál es el retorno anual por las mejoras realizadas a los productos?  
 A) 0-24%                      B) 25-50%                      C) 51-75%                      D) 76-100%
31. ¿Cuántos productos vende al mes?  
 \_\_\_\_\_
32. ¿Cuánto es su ingreso aproximado al mes?  
 \_\_\_\_\_
33. ¿Cuánto es el tiempo promedio para el diseño de un producto?  
 \_\_\_ Horas                      \_\_\_ Días                      \_\_\_ Semanas                      \_\_\_ Meses
34. ¿Cuántas leyes se aplican al Sector turismo dentro del municipio?  
 A) 1-5                      B) 6-10                      C) 11-20                      D) 21-30                      E) ninguna

Por su atención, Gracias.

#### Anexo 4. Cuestionario a Municipio

Objetivo: Conocer el panorama general de las transformaciones ocurridas en lo referente a la actividad turística, y su impacto en el municipio.

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

Instrucciones: Favor de responder las preguntas con la información más reciente posible.

1. ¿Cuenta con alguna aplicación móvil para el municipio?  
A) Sí B) No
2. ¿Posee atracciones tecnológicas?  
A) Sí B) No
3. ¿Cuántos parques públicos posee?  
\_\_\_\_\_
4. ¿Cuántas patentes y/o denominaciones de origen poseen?  
\_\_\_\_\_
5. ¿Cuántos recursos turísticos disponibles posee el municipio? \_\_\_\_\_
6. ¿Cuántas son las especies endémicas del municipio? \_\_\_\_\_
7. ¿Cuántos productos originarios del municipio son los más representativos? \_\_\_\_\_
8. ¿Cuántas empresas relacionadas con la actividad turística existen en el municipio?  
\_\_\_\_\_
9. ¿Cuántas empresas cuentan con algún distintivo o certificación? \_\_\_\_\_
10. ¿Cuántas organizaciones sociales existen dentro del municipio?  
\_\_\_\_\_
11. En su conocimiento ¿cuántos grupos u organismos trabajan en conjunto? \_\_\_\_\_
12. ¿Cómo son las interrelaciones de las organizaciones?  
A) Buenas B) Malas C) Regulares
13. ¿Qué tipo de organizaciones (sociales, ambientales, culturales, entre otras) son las más relevantes en el municipio?  
\_\_\_\_\_
14. ¿Cuántas instituciones gubernamentales existen en el municipio?  
\_\_\_\_\_
15. ¿Cuántos metros cuadrados de áreas verdes han sido remodelados o recuperados?  
\_\_\_\_\_
16. ¿Cuántos metros cúbicos de agua residual se tratan al mes?  
\_\_\_\_\_
17. ¿Cuál es el índice de delincuencia del municipio? \_\_\_\_\_
18. ¿Qué porcentaje de áreas y especies (fauna) se han perdido en los últimos cinco años?  
\_\_\_\_\_ % áreas \_\_\_\_\_ % fauna
19. ¿Cuál es el porcentaje de agua potable disponible y suelos sembrados en el municipio?  
\_\_\_\_\_ % agua \_\_\_\_\_ % suelos
20. ¿Qué porcentaje del presupuesto anual se invierte para combatir la delincuencia?  
\_\_\_\_\_
21. ¿Existe la posibilidad de crisis económica? A) Sí B) No

22. ¿Qué porcentaje del presupuesto anual es invertido para la promoción turística?  
\_\_\_\_\_
23. ¿Cuál es el porcentaje del presupuesto asignado para capital de riesgo?  
\_\_\_\_\_
24. ¿Cuenta con algún fondo de riesgo y cuál es su aproximado?  
A) Sí Aproximado\_\_\_\_ B) No
25. ¿Qué porcentaje de la inversión al municipio es destinado a capital semilla?  
\_\_\_\_\_
26. ¿Cuántos capacitadores turísticos se encuentran en el municipio?  
\_\_\_\_\_
27. ¿Existen empresas mayoristas en turismo dentro del municipio?  
A) Sí B) No
28. ¿Cuál es el ingreso económico del municipio por turismo? \_\_\_\_\_
29. ¿Cuántos empleos son generados por turismo? \_\_\_\_\_
30. ¿Cuántos programas de apoyo social están vigentes? \_\_\_\_\_
31. ¿Qué porcentaje de la población cuenta con programas de ayuda social? \_\_\_\_\_
32. ¿En qué porcentaje ha aumentado el salario en la zona durante los últimos cinco años?  
\_\_\_\_\_
33. ¿Cuántas normas y/o reglamentos se aplican a la actividad turística en el municipio?  
\_\_\_\_\_
34. ¿Cuántas leyes se han modificado en los últimos cinco años? \_\_\_\_\_
35. ¿Cuántos programas o convenios existen de vinculación con empresas externas?  
\_\_\_\_\_
36. ¿Qué porcentaje del municipio cuenta con cobertura en comunicaciones? \_\_\_\_\_
37. ¿Cuántas innovaciones se identifican en los últimos cinco años?  
\_\_\_\_\_
38. ¿Cuántas innovaciones se han desarrollado para el turismo en los últimos cinco años?  
\_\_\_\_\_
39. ¿Cuántas innovaciones se han creado por los residentes?  
\_\_\_\_\_
40. ¿Cuántas de las innovaciones en el municipio han sido imprevistas? \_\_\_\_\_
41. ¿Cuántas innovaciones han sido directas al municipio, y cuántas derivadas de otras?  
A) Directas \_\_\_\_\_ B) Derivadas \_\_\_\_\_

Por su atención, Gracias.