

## **LA INNOVACIÓN DE LOS PROCESOS**

### **Diferenciación en los servicios turísticos**

*Bruno Miguel Barbosa de Sousa  
Sérgio Dominique-Ferreira  
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave  
Barcelos - Portugal*

*El suceso empresarial y el aumento de las ventajas competitivas están asociados a la innovación que tiende a afirmarse como uno de los conceptos que más atención ha merecido de los investigadores del área de gestión. La innovación no es exclusiva de los productos tangibles o servicios, pudiendo naturalmente extenderse al propio proceso, a la organización o al marketing. No obstante, aunque no sea fácil reunir un concepto universal para la innovación, parecen no restar dudas de que su importancia es tal que permite a la empresa construir en el presente las bases de su desarrollo futuro, independientemente del suceso pasado. El presente trabajo (work in progress) tiene como objeto central el estudio de la innovación de procesos (process innovation) en la perspectiva de la oferta de turismo, dada su importancia en el alcance del éxito empresarial. El reconocimiento de su valor la asume como un desafío, tornándose necesaria la distinción entre la innovación de productos, de marketing y organizacional, ya sea en la esencia o en lo que concierne a las competencias organizacionales. En este sentido se presenta en este trabajo una breve caracterización (así como la evolución del concepto) como forma de contextualización siendo aclarada la distinción de los conceptos process innovation e innovation process. Se intentará reunir los principales aspectos distintivos, en una perspectiva de oferta turística como forma de alcanzar ventajas competitivas a nivel empresarial. Al mismo tiempo serán discutidas las implicaciones para la gestión y para estudios futuros.*

**PALABRAS CLAVE:** *innovación, innovación de procesos, oferta turística, ventaja competitiva.*