

RETOS EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS A PARTIR DE LA INNOVACIÓN ABIERTA

Patricia P. Iglesias-Sánchez
Universidad de Málaga - España
Marisol B. Correia
Universidad del Algarve, Faro - Portugal
Carmen Jambrino-Maldonado
Stefanía De Luque-Rojas
Universidad de Málaga - España

Este trabajo analiza la implementación de la Innovación Abierta con el soporte de las redes sociales en destinos turísticos del sur de España. Un método cualitativo, la entrevista a gestores de los destinos de Andalucía que más turistas y volumen de negocio concentran se combina con un método cuantitativo, la observación/monitorización de las redes sociales de esos destinos (Granada, Málaga y Sevilla). Se verifica el potencial de las redes sociales como instrumento de inclusión del consumidor en el desarrollo de nuevas experiencias y productos para las organizaciones con competencias en políticas turísticas. En todo caso, se evidencia que los modelos de Innovación Abierta deben mejorarse sustancialmente para conseguir los resultados deseables. Actualmente la industria turística no convierte en una ventaja diferencial la configuración de espacios de co-creación con los agentes claves, especialmente turistas y empresas del sector, contradiciendo las demandas de participación y empoderamiento de éstos. La investigación tiene implicaciones prácticas para las Instituciones implicadas en el diseño de programas turísticos para la gestión de destinos. Es sólo un punto de partida para evaluar en qué estadio se encuentra la Innovación Abierta así como identificar qué elementos deberían reforzarse en materia de innovación colaborativa para incrementar la confianza y el atractivo del destino si se quieren conseguir resultados efectivos.

PALABRAS CLAVE: *Gestión de destinos turísticos, Innovación Abierta, social media, participación del consumidor, entornos de co-creación.*