

LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA MEDICIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO

Revisión de la literatura

Jussara Danielle Martins Aires
Celeste Amorim Varum
Universidade de Aveiro
Aveiro, Portugal

La innovación es consensualmente reconocida como un factor determinante para la competitividad empresarial. Existe, no obstante, menos consenso en lo que se refiere a la forma de medir la innovación, especialmente en el sector de los servicios, y principalmente en servicios tan complejos como los del turismo. Así, en este artículo, se procede a realizar una revisión sistemática de la literatura, teniendo como objetivo observar cómo la literatura académica se ha posicionado en relación a la medición de la innovación en aquel sector. El análisis se basa en la identificación de los artículos relevantes publicados en las revistas indizadas en la base de datos SCOPUS. Del análisis se resalta el limitado número de contextos donde el tema fue empíricamente analizado, por lo que los resultados obtenidos son insuficientes para generalizar. Se identifica la predominancia del abordaje convergente, que valiéndose de teorías, modelos y formas de medición de la innovación provenientes de sectores tradicionales, intentan adaptarlos al sector del turismo; mientras que pocos recurren al abordaje divergente, que trata al turismo como un fenómeno con especificidades propias, donde la investigación se basa parcial o totalmente en miradas e instrumentos desarrollados específicamente para eso. También se constató cierta inconsistencia y falta de estandarización en relación a las formas de medición de la innovación en el turismo. Se concluye que existe la necesidad de elaborar instrumentos que definan las especificidades de todos los ramos del referido sector y la validación y aplicación de los mismos en diferentes contextos.

PALABRAS CLAVE: *Investigaciones sobre innovación, medición de la innovación, innovación en turismo, empresas de turismo, revisión de la literatura.*