

Innovación en el Sector Hotelería y Turismo durante el Coronavirus

Universidad Santo Tomás

Ensayo Periplo en Innovación Empresarial

Presentado por:

Aura Yineeth Tenjo Martinez

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia Enero 14, 2022

Innovación en el Sector Hotelería y Turismo durante el Coronavirus.

El presente ensayo tiene como finalidad explicar los retos que las empresas en Colombia han tenido que asumir durante la pandemia en cuanto a la innovación, dado que es interesante analizar como a raíz de una crisis mundial las diferentes empresas se han adaptado de distintas maneras para mantenerse de manera activa circulando en el mercado. Por lo anterior y teniendo en cuenta los diferentes factores y conceptos aprendidos durante el primer módulo del Periplo en Innovación empresarial, procederemos a realizar una investigación que permita profundizar en dichos retos.

El Covid-19 ha impactado de manera negativa la economía de los países, donde las empresas Colombianas no fueron la excepción lo anterior dado que se presentaron caídas en las ganancias de las compañías, Acosta Argote, C. (2021) de acuerdo a información recopilada por la Cámara de comercio de Bogotá indico que durante el año que dio inicio a la emergencia sanitaria 53.291 empresas tuvieron que cerrar en lo corrido del 2020, lo que significa que la economía tuvo un descenso en cuanto a los ingresos. Por otro lado y de acuerdo con la información de la CEPAL es importante resaltar que a raíz de la emergencia sanitaria se dieron las suspensiones parciales o totales desafortunadamente para algunas “de las actividades productivas. Los sectores más afectados son el comercio mayorista y minorista; las actividades comunitarias sociales y personales; hoteles y restaurantes; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, y las manufacturas” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020).

La hipótesis que se desarrollara se enfoca en si ***la pandemia permitió al sector de Hotelería y Turismo acelerar su proceso de innovación para poder mantenerse en pie en el mercado.*** De acuerdo con lo anterior y en vista de los retos en innovación que maneja el sector se evidencia que se pueden generar ideas de valor en cada uno de los equipos de las compañías del mismo, se identifican oportunidades de mejora e ideas innovadoras que permiten aumentar los ingresos y hasta se puede de manera indirecta presentar un incremento en la contratación generando así mayores oportunidades de trabajo.

INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERÍA Y TURISMO DURANTE EL CORONAVIRUS 3

La metodología en la que se apoya la investigación, tiene un enfoque cualitativo, inicialmente comenzaremos definiendo porque se considera importante que las empresas tengan dentro de sus principales objetivos la innovación; posteriormente se hará referencia a los tipos de innovación que existen y la importancia de tener un departamento de inversión y desarrollo (I+D); finalmente se definirá el sector seleccionado en el cual se enfocara este ensayo con el fin de profundizar cuales han sido los retos más innovadores que han implementado durante la pandemia para poder continuar funcionando.

Para que una compañía logre crear y mantener su competitividad en el mercado debe estar siempre a la vanguardia de lo que sucede a nivel global, para ello es tan importante que logre crear estrategias que fortalezcan los procesos internos de la misma, entonces y de acuerdo a la afirmación de Berenice, N. se define como innovación a la “mejora en una mejora en la actividad empresarial mediante cambios de modelos de negocio, de procesos, de organización, de productos o de comercialización para hacer el negocio más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado” (comunicación personal, 2021).

De acuerdo a Berenice, N. actualmente existen principalmente 4 tipos de innovación empresarial donde a su vez se desprenden otros tipos de innovación los cuales se encuentran agrupados dentro de unas condiciones en específico en las cuales profundizaremos más adelante:

Procesos su principal finalidad es generar nuevas acciones a los procesos y actividades que ya existen dentro de la compañía o crear nuevos procesos que puedan aumentar la productividad internamente, cuando se innova a nivel interno no solo se le hace la vida mucho más fácil a quienes manejan el proceso diariamente, si no que esto tiene como retorno un aumento tanto productivo como rentable para la compañía (Comunicación personal 2021).

Mercado o Marketing tiene su enfoque en lo que se refiere a procesos de marketing de la compañía como lo son mejoras en cuanto a diseño estético de un producto o servicio, embalaje, precios, distribución e incluso la promoción. Lo que se busca a través de las estrategias de marketing es aumentar las ventas del producto o servicio (Comunicación personal 2021).

Producto o servicio es uno de los principales y más tenidos en cuenta por las compañías dado que este requiere reevaluar los productos ya existentes y a estos realizarles algún tipo de mejoras, donde se mejoren las funciones y diseños de acuerdo a lo que busca el mercado objetivos, sin embargo también es posible la creación de un nuevo producto o servicio que cumpla con las características buscadas (Comunicación personal 2021).

Organización es compañera y va muy de la mano con la innovación en procesos, su finalidad es presentar mejoras internas, en los lugares de trabajo, e incluso de manera externa, cuando nos referimos a este tipo de innovación normalmente se piensa en la mejora a las condiciones de recursos humanos o colaboradores (Comunicación personal 2021).

Berenice,N. (2021) La innovación tiene el propósito de generar valor para el mundo, mezclando condiciones como lo son la **deseabilidad, viabilidad y factibilidad** a través del modelo Desing Thinking; el primero va muy relacionado en distinguir que está deseando el mercado, saber cuál es su principal necesidad para que la compañía pueda evaluarla, saber que problemas están teniendo y así implementar la innovación para poder dar solución.

Por otro lado cuando se decide evaluar la Factibilidad se incluye casi que de manera directa al usuario y la razón es muy sencilla pues siempre se ha dicho que **el cliente es quien tiene la razón**, cuando una empresa se enfoca en hacer partícipe al usuario en los procesos se dan cuenta que la empatía con el mismo les brinda la información necesaria para poder definir la factibilidad y acogida que va a tener la innovación en su producto o servicio donde "Al tener un conocimiento más profundo e íntimo de él, se logra una propuesta de valor superior" (Conexión ESAN, 2019).

Continuando con lo anterior se da paso a realizar un análisis con respecto a la Viabilidad para determinar si es viable mantenerla a largo plazo, claramente esto tiene unos costos y puntos adicionales que deben ser analizados como: Infraestructura a usar en el proyecto, establecer un modelo de negocio, tener posibles proyecciones de rentabilidad que permitan conocer si las ganancias vs la inversión son acordes y sostenibles, por último que los objetivos y tiempos propuestos para el desarrollo del proyecto sean realistas y acordes con lo

planeado. Todo este análisis permitirá a la compañía conocer si la innovación en la cual estén invirtiendo obtendrá los resultados esperados.

Berenice, N. (2021) indica que: dependiendo de la compañía y los objetivos que sigan pueden dar un enfoque en el tipo de innovación a implementar; por tal motivo también se tienen en cuenta ciertas consideraciones al momento de generar innovación como:

- Identificar dónde innovar es igual de importante que saber cómo innovar.
- Innovar en los problemas más difíciles primero.
- No aceptar respuestas incompletas. Continuar investigando hasta que surja una respuesta.
- No se considera innovación hasta que sale al mercado y alguien lo compra.
- Transformar complejidad en simplicidad.

La innovación maneja 3 categorías **Configuración (activos), Oferta y experiencias.**

La innovación en Configuración (Activos) está relacionada principalmente con los procesos internos que manejan la compañía y el funcionamiento del negocio. Donde tienen a su favor 4 tipos de innovación: Modelo de ganancias o beneficio, redes, estructura y procesos.

La innovación en Oferta está relacionada con los productos y servicios principales que tenga la compañía, maneja dos tipos de innovación el rendimiento del producto y el sistema de productos.

La innovación en Experiencias su enfoque se da en los elementos de la compañía y su sistema de negocio que mayormente son presentes para el cliente. Básicamente se considera como la experiencia del usuario y cómo se crea una gran interacción cliente-producto. En este ítem se encuentran el servicio, los canales, la marca y el compromiso del cliente.

Para desarrollar cualquier tipo de innovación es de vital importancia tener el departamento de Investigación y desarrollo (I+D) dado que son los encargados de facilitar el trabajo, desarrollar procesos que sean óptimos y buscar tener el mayor conocimiento de lo que ofrece el mercado, para obtener un mayor beneficio en todos los niveles (Berenice, 2021).

INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERÍA Y TURISMO DURANTE EL CORONAVIRUS 6

Partiendo de todo lo anterior, vamos a profundizar en cuales han sido los principales retos que se han dado en el *Sector de Hotelería y Turismo* en cuanto a innovación durante la pandemia del Covid – 19. Para iniciar cabe resaltar que fue uno de los sectores con mayor impacto por la pandemia desde que inició en marzo del 2020, así mismo con el paro que se presentó en mayo del 2021. Durante 2020, en el país, la ocupación promedio acumulada fue de 21,1%. Lo anterior dado que el sector es uno de los que más mueve la economía del país y la llegada del virus ocasiono que se dieran restricciones frente a la ocupación hotelera, sin embargo el gobierno nacional está tomando acciones como la ley de turismo (2068 de 2020), basada en 4 pilares: sostenibilidad, formalización, calidad y reactivación. Adicionalmente excepciones al toque de queda y la búsqueda de la inmunidad de los colombianos con la vacuna contra el covid-19 han ayudado a la reactivación del sector. De acuerdo a las estimaciones realizadas por el grupo Bancolombia se espera que la recuperación se de en el sector en el 2023.

El sector ha presentado innovaciones en cuanto a su manera de operar con el fin de ofrecer a todos los turistas una mejor experiencia e incentivar nuevamente el mismo, a continuación se nombraran algunas de las estrategias que para el sector se traducen en “retos” los cuales se han venido usando durante este tiempo de pandemia para permanecer activos en el mercado.

Seguridad y confianza como en todos los sectores y en todo el mundo se implementaron protocolos de bioseguridad, se ofrecieron seguros de asistencia en viajes que cubrían para Covid- 19 y también de cancelación, donde los aeropuertos se vieron involucrados porque adecuaron su infraestructura para lograr esto posible.

Reservas con menores tiempos según una de las plataformas más usadas para planear viajes Skyscanner, los turistas siempre están a espera de poder tener promociones, aprovechar oportunidades para poder viajar pero adicionalmente programan sus viajes con menor antelación para prever poner en riesgo sus viajes por las restricciones que se presenten. Acompañado también por **Tiempos cortos de vacaciones** donde el reto para las empresas es diseñar planes cortos donde se integre el trabajo remoto y el turismo ofreciendo así a los **Viajeros nómadas** la posibilidad de combinar su trabajo con los viajes.

Slow Tourism es una nueva estrategia que lo que busca principalmente es generar una conexión del Turista con el medio ambiente y el lugar, será una apuesta al turismo de pocas personas y sostenible, dado que se espera tener actividades donde se aprenda de cultura, se aprecie el turismo de bienestar, las caminatas y la historia de los sitios visitados; sin embargo este va muy de la mano con el **Turismo de naturaleza** “el cual está relacionado con el turismo sostenible, el de aventura, el salvaje y el agroturismo. Estos últimos son importantes para que las personas que tengan producciones y cultivos puedan ofrecer otros servicios a los turistas y tener otro ingreso” (Bancolombia, 2021).

Turismo Local se da una intervención y acompañamiento de las agencias de viajes dado que los turistas buscaran elegir el destino y conocer las respectivas restricciones que se tengan en los destinos nacionales.

Tecnología contactles una de las principales estrategias de innovación que todos los pagos puedan realizarse sin tener algún tipo de contacto, pues le da confianza al usuario dado que al evitar el contacto se evita también la propagación del virus.

Ahora bien, si nos enfocamos en los obstáculos que tuvo el sector durante la pandemia en cuanto poder progresar en el sector y ser más innovadores encontramos que se dio el cierre de fronteras terrestres, marítimas y fluviales, se dio la suspensión de ingreso a extranjeros y la prohibición en el arribo de todos los vuelos internacionales, se ordenó el aislamiento obligatorio, todo esto presidió la caída en las cifras que se venían evaluando.

Algunas de las industrias del turismo que fueron más afectadas son: alojamiento la cual aporta cerca del 65 por ciento del valor agregado del sector del turismo, las agencias de viajes y la industria de aviación con operaciones en el país. El sector de turismo aporta cerca del 8 por ciento del empleo a nivel nacional, así que la caída en las ventas de todas las empresas del turismo afectó seriamente el empleo directo, indirecto e inducido generado por el sector (Vanegas & Camacho Murillo, 2020).

Otro de los obstáculos que se encuentran en punto de discusión es si realmente el Turismo sostenible sería una alternativa posible pues se tienen varias falencias como lo son: “concepción infravalorada de la sostenibilidad por parte de los gobiernos

locales, poca inversión en el capital natural, privilegio del turismo masivo frente al turismo de calidad, infringiendo la capacidad de carga; baja articulación entre el sector turismo y las autoridades ambientales, leve consideración de los riesgos ambientales asociados al turismo, entre otras” (Aguilar Bejarano, 2021).

A su vez se considera que no sería posible aceptar objeción alguna, la razón es simple un país como Colombia necesita generar inversión e innovar en los sectores que aportan al PIB y a la economía, es por ello que el gobierno nacional emitió la Política de Turismo Sostenible, la cual, al reconocer las diferentes falencias del sector realiza una planeación a futuro con respecto al mismo.

Por otro lado y de acuerdo con la opinión de la Presidenta de ProColombia indica que como sector económico el turismo ha llegado a representar cerca de 9,8% del PIB mundial, y es responsable de uno de cada 11 empleos, lo que le ha permitido consolidarse como vehículo de desarrollo económico y social. Colombia no es la excepción a esta realidad global. El turismo es considerado el nuevo petróleo, es el segundo generador de divisas del país, después del sector minero-energético y es uno de los llamados a jalonar la economía y a despertar el interés de empresarios e inversionistas del mundo (Santoro, 2019).

Lo que se espera entonces es que Colombia logre llevar a gran término todos los retos propuestos enfocándose principalmente en generar beneficios tanto para el sector como para todo el país entero, teniendo en cuenta incentivar la inversión extranjera directa dado que se pueden presentar “oportunidades para desarrollar proyectos de infraestructura, apoyar emprendimientos de innovación turística y capacitación de las comunidades en servicios y bilingüismo, para tener un sector competitivo con los más altos estándares internacionales” (Santoro, 2019).

Resumiendo lo anterior, se evidencia que uno de los sectores más afectados por la pandemia fue el de Hotelería y Turismo, donde se sufrieron grandes pérdidas que afectaron el PIB del país, a su vez se dio una explicación breve acerca de que se considera innovación, tipos de innovación, implementación del departamento de (I+D) y su importancia dentro de las

compañías; posteriormente se dio la argumentación de la hipótesis planteada donde se presume que *la pandemia permitió al sector de Hotelería y Turismo acelerar su proceso de innovación para poder mantenerse en pie en el mercado*, los avances que ha venido realizando el sector defienden y argumenta de manera concreta los motivos por los cuales debe innovarse, si bien se presentaron varios obstáculos durante la pandemia, el sector Turístico sigue siendo fuerte debido a las estrategias que están usando para volverse un sector mucho más sostenible y tecnológico, adicionalmente cuenta con el apoyo del gobierno para su pronta reactivación.

En relación a lo antes expuesto, concluimos que los procesos de innovación que se realicen en el turismo generan efectos positivos tanto para el sector en general como para los mismos usuarios, al tener un mercado tan variable es importante ser versátiles, implementar desarrollos tecnológicos, invertir en calidad y en la generación de una experiencia que para el usuario sea inolvidable y digna de compartir con otros, en Colombia y casi en cualquier parte del mundo lo que mueve los productos o servicios en los mercados son los mismos usuarios a través de todas las experiencias compartidas vía redes sociales. Como consecuencia de lo anterior se evidencia entonces que el sector implemento una innovación en tres ítems importantes: procesos, servicios y experiencias donde los desarrollos realizados dan a entender que la innovación es un herramienta fundamental en el sector turístico y que si se priorizan se lograra cubrir las necesidades principales de todos los viajeros, finalmente cabe resaltar que “aprovechar la innovación y los avances digitales ofrece oportunidades al turismo para mejorar la inclusión, el empoderamiento de las comunidades locales y la gestión eficiente de los recursos” (Turismo y COVID-19: Guiar la recuperación turística, s. f.).

Referencias

- Bancolombia. (2021, August 3). *Análisis no financiero del sector turismo en Colombia en 2021*. Bancolombia.com; Content Lab.<https://www.bancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/tendencias/analisis-sector-turismo-2021/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020, July 2). *Impactos de la pandemia en los sectores productivos más afectados abarcarán a un tercio del empleo y un cuarto del PIB de la región*.
Www.cepal.org.<https://www.cepal.org/es/comunicados/impactos-la-pandemia-sectores-productivos-mas-afectados-abarcaran-un-tercio-empleo-un>
- Conexión ESAN (2019). *¿Cómo analizar la viabilidad y factibilidad en el Design Thinking?* (Consultado el 14 de enero del 2022). <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-analizar-la-viabilidad-y-factibilidad-en-el-design-thinking#:~:text=%22AI%20tener%20un%20conocimiento%20m%C3%A1s,una%20propuesta%20de%20valor%20superior%22.&text=La%20factibilidad%2C%20por%20ejemplo%2C%20supone, posible%20sustentarla%20de%20manera%20continua>
- Derecho del Medio Ambiente. (2021, 2 marzo). *Turismo sostenible ¿una alternativa posible?*<https://medioambiente.uexternado.edu.co/turismo-sostenible-una-alternativa-posible/>
- Editorial La República S.A.S. (2019, 30 enero). *La hora del turismo para Colombia*. Diario La República.<https://www.larepublica.co/analisis/flavia-santoro-2807402/la-hora-del-turismo-para-colombia-2822338>
- Editorial La República S.A.S. (2021, 15 enero). *Cámara de Comercio reveló que la pandemia hizo cerrar más de 53.000 empresas en Bogotá*. Diario La República.<https://www.larepublica.co/empresas/camara-de-comercio-revelo-que-la-pandemia-hizo-cerrar-mas-de-53000-empresas-en-bogota-3111120>

INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERÍA Y TURISMO DURANTE EL CORONAVIRUS 11

Editorial La República S.A.S. (2021b, octubre 4). «*Los retos actuales ponen de presente la necesidad de trabajar en un turismo interno*». Diario La

República.<https://www.larepublica.co/empresas/los-retos-actuales-ponen-de-presente-la-necesidad-de-trabajar-en-un-turismo-interno-3242252>

Los 10 tipos de innovación de Doblin | Opinno. (n.d.). Blog.opinno.io.

<https://blog.opinno.io/es/blog/los-10-tipos-de-innovacion-de-doblin>

P. (2019, 20 enero). «*La innovación es un tema fundamental para la industria turística*».

Portafolio.co.<https://www.google.com/amp/s/www.portafolio.co/amp/innovacion/turismo-e-una-estrategia-para-mejorar-la-experiencia-en-el-servicio-525397>

Publicidad. (2020, 17 junio). *¿Cuáles son las funciones de un departamento de I+D?*

Incotec. <https://www.incotec.es/blog/cuales-son-funciones-departamento-id>

Tipos de Innovación Empresarial. (2021, August 7).

Encolombia.com.<https://encolombia.com/economia/empresas/innovacion/tipos-de-innovacion/>

Turismo y COVID-19: Guiar la recuperación turística (s. f.). Recuperado 25 de enero de

2022, UNWTO. <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

Vanegas, O. & Camacho Murillo, A. (2020). *La crisis del turismo por el COVID-19*.

(Consultado el 14 de enero del 2022). Razón

pública.<https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>