

Innovación en la Industria Hotelera: un Estudio de Caso en Hoteles de 4 y 5 Estrellas en la Ciudad de Aguascalientes

Innovation in the Hotel Industry: A Case Study in hotels 4 and 5 stars in the City of Aguascalientes

Lic. Heissel Sayonara Hinojosa-Galván, Dra. Maribel Feria-Cruz

Instituto Tecnológico de Aguascalientes, Departamento de Ciencias Económico Administrativas.
Av. Adolfo López Mateos No. 1801 Ote. Fracc. Bona Gens, Aguascalientes, Ags, México. C.P. 20256.
Tel: 01(449) 9105002, Fax: 01(449) 9700423, heisselhinojosa@gmail.com, fericruz@outlook.com

Resumen

La innovación es un factor relevante en el desarrollo de una industria. Los objetivos de este estudio son conocer los tipos de innovación existentes en la industria hotelera, describir los indicadores clave de la innovación para su medición e identificar los factores que obstaculizan las actividades de innovación. El estudio se obtuvo a través de un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y muestreo por juicio no probabilístico. La investigación es diagnóstica descriptiva, con enfoque cuantitativo y transversal. La población objeto fue una muestra representativa de 18 hoteles con categoría de 4 y 5 estrellas ubicados en el municipio de Aguascalientes. Los resultados muestran que existe una relación positiva entre la innovación y la competitividad en empresas de la industria hotelera en la Ciudad de Aguascalientes, específicamente en los hoteles de 4 y 5 estrellas. En los últimos 5 años los hoteles de esta categoría sí han desarrollado actividades de innovación, debido a que todos de los gerentes encuestados así lo afirmaron; la innovación de marketing y la innovación de procesos son las más utilizadas; y los rubros en que más se desarrollaron actividades de innovación fueron en capacitación y en gestión/diseño organizacional.

Palabras clave: tipos de innovación, indicadores de innovación, industria hotelera.

Abstract

Innovation is an important factor in the development of an industry. The objectives of this study are to know the existing types of innovation in the hotel industry, describe key indicators for measuring innovation and identify the factors hampering innovation activities. The research was carried out by a structured questionnaire with closed questions

and non-probability sampling. It was addressed with quantitative, descriptive and transversal approach. The target population was a representative sample of 18 hotels with category 4 and 5 stars located in the city of Aguascalientes. The results show that there is a positive relationship between innovation and competitiveness in companies of the hotel industry in Aguascalientes, specifically in hotels 4 and 5 stars. In the last 5 years the hotels in this category have developed innovative activities, because all of the managers surveyed confirm this, marketing innovation and process innovation are the most used; and the areas where more performed the innovation activities were in training and organizational management/design.

Keywords: innovation types, innovation indicators, hotel industry.

Introducción

Actualmente, el cambio en los procesos de innovación se está institucionalizando como una práctica requerida en todas las organizaciones, debido a que en las empresas resulta sumamente importante su aplicación tanto en sus productos y/o servicios como en sus métodos y procedimientos, a menudo relacionados con el avance tecnológico [1]. Las organizaciones deben buscar alternativas de solución para no desaparecer total o parcialmente de un mercado, una de ellas, si no es que la más importante, es desarrollar ventajas competitivas sostenidas y la innovación juega un papel muy importante en ellas.

Los objetivos de esta investigación consisten en: i) conocer los tipos de innovación existentes en la industria hotelera, ii) describir los indicadores clave de la innovación para su medición e, iii) identificar los factores que obstaculizan las actividades de innovación.

Para ello, el presente documento se ha estructurado en cinco secciones. La primera presenta la introducción del trabajo, la segunda expone la revisión de literatura en base a la innovación, la tercera describe el método seguido en la realización de esta investigación y la cuarta sección expone los resultados preliminares de este estudio conforme a los objetivos definidos. Finalmente en la sección cinco, se muestran las conclusiones y recomendaciones.

Este estudio se ubica en el estado de Aguascalientes, en el municipio del mismo nombre. Las preguntas básicas que guían este trabajo son: ¿Qué tipos de innovación existen en la industria hotelera de 4 y 5 estrellas? y ¿Cuáles son los indicadores clave de la innovación para su medición en la industria hotelera de 4 y 5 estrellas?, ya que en el nuevo escenario global resulta sumamente importante en las organizaciones la aplicación de la innovación tanto en sus productos y/o servicios como en sus métodos y procedimientos, a menudo relacionados con el avance tecnológico [1].

La hipótesis inicial parte de que existe una relación significativa entre la innovación y la competitividad en empresas de la industria hotelera de 4 y 5 estrellas en la Ciudad de Aguascalientes.

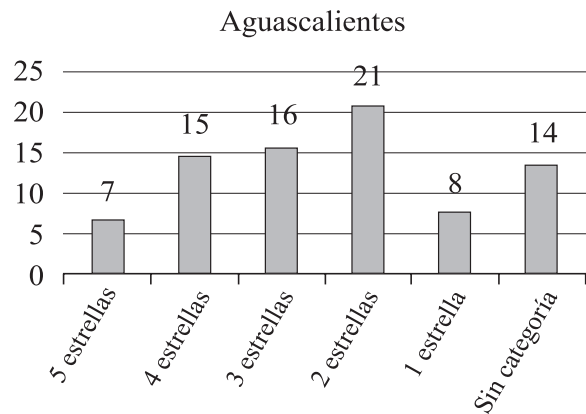
Fundamentos teóricos

El sector turístico de Aguascalientes tiene dos vertientes principales: i) turismo de negocios y ii) turismo de recreación, cultura y esparcimiento. En cuanto al segundo, la Ciudad cuenta con importantes centros de servicios y esparcimiento como una plaza de toros considerada la segunda más importante del país, un estadio de fútbol para equipos de primera división, un autódromo donde se realizan carreras de la categoría Nascar y otras, un aeropuerto internacional, entre otros centros importantes. Asimismo, Aguascalientes realiza entre los meses de abril y mayo la Feria Nacional de San Marcos (FNSM) considerada la Feria Nacional de México por su importancia turística y derrama económica. A la fecha se han realizado 187 eventos de carácter anual. El evento de la FNSM cuenta con exposiciones de tipo comercial, industrial, además de juegos mecánicos, eventos recreativos y de esparcimiento [6].

En el año 2015, la Feria Nacional de San Marcos tuvo una afluencia de 8 millones de visitantes, lo que significó una derrama de 5.800 millones de pesos. Durante el periodo de duración de la FNSM, “los establecimientos de todas las categorías tuvieron una promedio de ocupación de 71.2% y de más

de 80% durante los fines de semana. El director del Patronato de la Feria Nacional de San Marcos, Alejandro de Alba, afirma que la apertura de nuevos hoteles en Aguascalientes elevó de un año a otro la oferta de cuartos en un 8.7%” [7].

Según datos del INEGI [8] hasta el año 2013 el Estado de Aguascalientes contaba con 129 establecimientos de hospedaje, 81 de ellos ubicados en la Capital los cuales se dividen en las siguientes categorías turísticas (ver gráfica 1).



Gráfica 1. Establecimientos de hospedaje registrados en Aguascalientes según categoría turística

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2014).

El Manual de Oslo [2] señala que una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto, proceso, nuevo método de comercialización o nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones existentes.

La innovación ha tomado un auge significativo dentro y fuera del ámbito empresarial, este recurso intangible que surge de la gestión del conocimiento no se limita a permanecer exclusivamente en los límites de una empresa, la innovación se encuentra dentro del capital humano, siendo éste quien lo gestiona y desarrolla para un fin propio o común. Vermeulen [3] afirma que la innovación permite a las empresas lograr ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. Al respecto, Cheng y Tao [4] mencionan que la innovación representa un elemento determinante del crecimiento económico.

El Manual de Oslo [2] incluye una nueva clasificación con cuatro tipos de innovación (ver tabla 1), según su naturaleza:

Tipo de innovación	Descripción
Innovación de producto	Es la introducción de un bien o servicio nuevo o con un alto grado de mejora, respecto a sus características o su uso deseado; incluye mejoras importantes en especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado, ergonomía u otras características funcionales.
Innovación de proceso	Es la implementación de un método de producción o distribución nuevo o con un alto grado de mejora; incluye mejoras importantes en técnicas, equipo y/o software.
Innovación organizacional	Es la implementación de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas de la empresa.
Innovación de marketing	Es la implementación de un nuevo método de comercialización que entraña importantes mejoras en el diseño del producto o en su presentación, o en su política de emplazamiento (posicionamiento), promoción o precio.

Tabla 1. Tipos de innovación

Fuente: Elaboración propia a partir del Manual de Oslo (2005).

Así mismo este Manual [2] incorporó indicadores para medir la innovación en servicios y en este caso, se consideraron solamente aquellos recomendados para la industria hotelera (ver tabla 2). Cabe mencionar que los indicadores por señalar no son específicos, por el contrario, pretenden constituir una referencia a la hora de recoger datos para medir el proceso de innovación en el sector servicios, específicamente en la industria hotelera. Como lo muestra la tabla 2, los indicadores cualitativos e indicadores cuantitativos fueron clasificados en base a las variables más significativas para el sector.

Datos cualitativos	Datos cuantitativos
Tipos de conocimientos adquiridos por capacitación	Inversiones en capital fijo: Adquisición de máquinas, equipos y otros bienes de capital
Fuentes de información utilizadas para el desarrollo de actividades de innovación	
Formas de organización del trabajo	Porcentaje del personal dedicado en actividades de innovación
	Número de áreas ocupacionales

Tabla 2. Indicadores que miden la innovación en servicios

Fuente: Elaboración propia a partir del Manual de Oslo (2005).

Materiales y métodos

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo, tipo transversal, con fuente de información viva y documental. Para el acopio de la información se utilizó la técnica de encuesta para lo cual se diseñó y aplicó un cuestionario con preguntas cerradas, se adoptó un muestreo por juicio no probabilístico [5], lo que determinó una estrategia metodológica basada en un tratamiento estadístico no paramétrico, a cuyo efecto se eligió el método de correlación de Rho de Spearman.

El objetivo del análisis estadístico se encaminó a describir, “medir” y evaluar las principales actividades que se realizan en el ambiente hotelero, con el objeto de determinar la capacidad de innovación en los mismos.

La investigación es un estudio de caso, ya que se basa en empresas de la industria hotelera de la localidad únicamente con clasificación de 4 y 5 estrellas. Cabe resaltar que el total de los hoteles de 5 estrellas son 7 y de 4 estrellas son 15, siendo la población total de 22 hoteles de esta clasificación registrados en la Ciudad de Aguascalientes.

Debido a la dificultad de la aplicación del cuestionario solamente se obtuvo una muestra cuantitativa no probabilística por conveniencia [5] de 18 hoteles de 4 y 5 estrellas. La aplicación de los cuestionarios se realizó entre los meses de abril y noviembre del año 2015, ésta aplicación estuvo dirigida al personal que tuviera un conocimiento global del manejo de la industria hotelera, en este caso se aplicaron a gerentes del sector mencionado en el municipio de Aguascalientes.

En el diseño del instrumento para medir la variable de innovación, se tomó como referente el Manual de Oslo [2] adaptándolo de la escala original, a efectos de modificar los ítems con el propósito de adecuarlos al contexto de la industria hotelera por ser sector servicios.

El diseño del cuestionario se conformó de dos secciones: Sección I Datos Generales donde se consideraron seis preguntas cerradas sobre variables generales como: razón social, dirección, año de creación, nombre del entrevistado, puesto del entrevistado y fecha de la entrevista. La Sección II, Actividades de innovación integrada por 18 ítems, distribuidos en una dimensión, con opciones de respuesta tipo Likert.

Para el análisis de los datos se utilizó el software estadístico SPSS, versión 20.

Resultados y discusión

Para dar cumplimiento a los objetivos de esta investigación, se pudo identificar que el 100% de los hoteles encuestados sí desarrollaron actividades de innovación, las cuales se dividen en 4 tipos: innovación de producto, innovación de proceso, innovación organizacional e innovación de marketing.

De acuerdo a la muestra encuestada, la innovación de proceso y la innovación de marketing son las que mayor aplicación han tenido con un 66.6%.

En cuanto a los indicadores clave de la innovación, se obtuvo que los tipos de conocimiento adquiridos por medio de la capacitación fueron en control de calidad (61.1%), habilidades gerenciales y administrativas (50%) y en tecnologías de la información (72.2%).

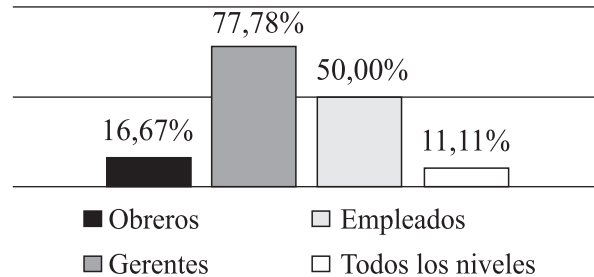
Las principales fuentes de información utilizadas para el desarrollo de actividades de innovación fueron las ferias, conferencias y exposiciones con un 50% y las fuentes internas de la empresa con un 44.4%.

El 50% de los hoteles encuestados afirma que su forma de organización del trabajo es en equipo seguido de un 38.89% que cuentan con trabajadores funcionales en su empresa.

El desarrollo en capacitación, gestión y diseño organizacional fueron los rubros en que más se detectaron actividades de innovación en los hoteles encuestados teniendo un porcentaje del 50% y 55.6% respectivamente, mientras que la adquisición de bienes de capital se proyectó con un 38.8% y la compra de equipo de cómputo con un 50%.

Las áreas ocupacionales de los hoteles se dividen en cinco: profesionales, técnicos, empleados, obreros y personal de outsourcing.

Las áreas de personal más ocupadas en actividades de innovación son los empleados, con un 77.7% y los gerentes con un 50%.



Gráfica 2. Áreas del personal ocupado en actividades de innovación

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, los resultados obtenidos por el desarrollo de actividades innovativas son: 66.6% de aumento en el nivel de las ventas, seguido de un 50% de incremento en los niveles de productividad, 38.8% en disminución de costos y un 22.2% incursionó en nuevos mercados.

En cuanto a las fuentes de financiamiento utilizadas para generar actividades de innovación, la reinversión de utilidades, con un 77.7% es la que más eligen para realizarlas.

El factor que más obstaculiza el desarrollo de innovación en los hoteles encuestados es la falta de personal capacitado en la empresa, como se puede observar en la tabla 3.

Factores	Porcentaje
Problemas de financiamiento	27.5%
Escasez de personal capacitado	50%
Escaso apoyo gubernamental	12.5%
Falta de interacción con instituciones de ciencia y tecnología	25%
Inviabilidad del proyecto	37.5%

Tabla 3. Factores que obstaculizan las actividades de innovación

Fuente: Elaboración propia

Por último, se puede conocer que el 38.8% de las empresas bajo estudio ha tenido vinculación con consultores/expertos, y un 33.3% con entidades gubernamentales, de esto se deduce que la relación con agentes de innovación es baja, ya que menos de la

mitad ha tenido relaciones de vinculación con alguno de ellos.

Como puede observarse en la tabla 4, el análisis de las actividades de “planificación y estrategia” con “gestión de recursos humanos” muestran una

relación significativa al nivel de 0.01 bilateral a dos colas ($r=0.888^{**}$, $p<=0.000$), la “gestión de clientes e innovación” con “investigación y desarrollo” muestran asimismo una relación significativa al nivel de 0.05 bilateral a dos colas ($r=0.482^*$, $p<=0.043$).

			Planificación y estrategia	Gestión de recursos humanos	Gestión de clientes	Innovación, investigación y desarrollo
Correlación Rho de Spearman	Planificación y estrategia	Nivel de significatividad del coeficiente “2 direcciones”	1.000 18	.888** .000 18	.917** .000 18	.642** .004 18
	Gestión de recursos humanos	Nivel de significatividad del coeficiente “2 direcciones”	.888** .000 18	1.000 18	.952** .000 18	.456 .057 18
	Gestión de clientes	Nivel de significatividad del coeficiente “2 direcciones”	.917** .000 18	.952** .000 18	1.000 18	.482* .043 18
	Innovación, investigación y desarrollo	Nivel de significatividad del coeficiente “2 direcciones”	.642** .004 18	.456 .057 18	.482* .043 18	1.000 18

Tabla 4. Relación de actividades de innovación que realizan los hoteles de 4 y 5 estrellas

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Los resultados anteriores muestran que para gestionar el capital humano, los hoteles cuentan previamente con una planificación y con estrategias dirigidas especialmente a su proceso de reclutamiento y selección, además de que por medio de la innovación, la investigación y el desarrollo, gestionan a sus clientes, ya sea por reservaciones online, promociones, ofertas, descuentos con membresías, etc.

En relación a lo anterior, Feria Cruz [9] afirma que las instituciones más eficientes son aquellas que han logrado establecer una alta comunicación, una adecuada difusión de conocimientos y sus respectivas competencias (es decir, las empresas transnacionales), y que mantienen vínculos naturales con sus matrices en sus países de origen.

Conclusiones

Apoyando al primer objetivo de este estudio se identificaron los tipos de innovación existentes en la industria hotelera, siendo estos i) innovación de producto, ii) innovación de proceso, iii) innovación organizacional, iv) innovación de marketing. Se identifica que la innovación de procesos y la innovación

de marketing son las más desarrolladas en los hoteles de 4 y 5 estrellas.

En base al segundo objetivo se pudieron detectar los indicadores para medir la innovación en el sector

servicios, específicamente en la industria hotelera y por medio de ellos se identificó que el control de calidad es el tema más impartido en las capacitaciones brindadas a los empleados de los hoteles encuestados.

Existen muchas fuentes de información utilizadas para el desarrollo de actividades innovativas en los hoteles, sin embargo éstos recurren más a las universidades y centros de investigación. El trabajo en equipo es la principal forma de organización de trabajo entre los empleados. Se identificaron cinco áreas ocupacionales dentro de los hoteles las cuales son i) profesionales, ii) técnicos, iii) empleados, iv) obreros y, v) personal de outsourcing.

Se observa que sí existen resultados positivos al desarrollar actividades de innovación, y el aumento en el nivel de las ventas es el más notable.

De manera preliminar y cumpliendo con el tercer objetivo del estudio se concluye que las empresas de

la industria hotelera sí han desarrollado actividades innovativas de manera transitoria. Sin embargo, existen algunos factores que han impedido que estas empresas sigan desarrollando su proceso de innovación, como son: la escasez de personal capacitado, la inviabilidad del proyecto, los problemas de financiamiento, entre otros (véase Tabla 3).

La respuesta a la hipótesis inicial fue validada al establecerse una correlación significativa positiva entre las variables, por lo que la hipótesis alterna es aceptada, sin embargo, se encuentra también un comportamiento desigual dentro de las empresas estudiadas.

En específico es recomendable la capacitación del personal técnico y administrativo de los hoteles a fin de poder trabajar conjuntamente en actividades de innovación que permitan el crecimiento y desarrollo organizacional.

Cabe destacar que es necesario tomar los resultados y sugerencias expuestos anteriormente como un punto de partida en la formulación e implementación de acciones que permitan el mejoramiento o implementación de prácticas requeridas con el fin de elevar el nivel de innovación en las empresas de la industria hotelera.

Referencias

- [1] García, D., Martínez, M. (2009). *Innovación y Cultura Empresarial de las MIPYME (Micro, Pequeña y Mediana Empresa) Estado de Aguascalientes*. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- [2] Manual de Oslo, (2005). "Guía para la recogida e interpretación de los datos sobre innovación", http://www.conacyt.gob.sv/Indicadores%20Sector%20Academico/Manual_de_Oslo%2005.pdf, visitado el 14 de Marzo del 2014.
- [3] Vermeulen, P. (2004). Managing Product Innovation in Financial Service Firms. *European Management Journal*. 22(1), 43-50.
- [4] Cheng, L. y Tao, Z. (1999). The impact of public policies on innovation and imitation: the role of R&D technology in growth models. *International Economic Review*. 1(40), 187-207.
- [5] Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Editorial McGraw Hill.
- [6] Gobierno del Estado de Aguascalientes. (2011). Programa Sectorial de Desarrollo Económico 2010-2016 México: Aguascalientes; 2011. Gobierno del Estado de Aguascalientes.
- [7] Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicio y Turismo. (2015). Boletín Turismo. <http://www.nueva.concanaco.com.mx/wp-content/uploads/2015/boletines/Turismo-julio.pdf>, visitado el 21 de agosto de 2015.
- [8] INEGI. (2014). *Anuario estadístico y geográfico de Aguascalientes 2013*. Instituto Nacional de Geografía e Informática.
- [9] Feria, M. (2005). *Redes interinstitucionales. La construcción de un Sistema de Innovación en Aguascalientes*. México: ITA-UAA.

Recibido: 15 de octubre de 2015

Aceptado: 8 de diciembre de 2015