

Estrategias de innovación empresarial que posibilitan el crecimiento económico de las pyme del sector turismo*

"Artículo de investigación / Research article
Recepción: 02-10-2018 / Aceptación: 11/12/2018"

Isabel Cristina Fernández Perafán
isabel.fernandez@uniautonomo.edu.co
Universidad Autónoma del Cauca / Colombia

Magister en Gestión de Organizaciones, Administradora de Empresas, Profesora de tiempo completo de la Corporación Autónoma del Cauca.

Resumen: En un mercado cada vez más competitivo, la innovación se convierte en la punta de lanza para las organizaciones, ya que les permite adquirir valores diferenciales que favorecen su crecimiento económico. El presente artículo, tiene como objetivo describir estrategias de innovación empresarial que posibilitan el crecimiento económico de las PYME del sector turismo en Colombia, con lo cual se pretende beneficiar no sólo a los propietarios de estas organizaciones, sino también a los emprendedores e investigadores de este sector económico.

Se recurre a la metodología cualitativa que comprende una revisión bibliográfica respecto a las estrategias de innovación en las PYME colombianas y sus principales categorías de análisis. Esto con el fin de contribuir a la documentación teórica a beneficio de estas empresas, asunto de gran importancia también para emprendedores, quienes tendrán a la mano un referente metodológico y conceptual importante para aplicar en la práctica o para el direccionamiento de futuras investigaciones.

Palabras clave: Turismo, pymes, crecimiento económico

Abstract: In an increasingly competitive market, innovation becomes the spearhead for organizations, the differential values that favor their economic growth. This article aims, that is, the objective, economic development, economic growth, SMEs, the tourism sector in Colombia, with which it benefits not only the owners of these organizations, but also the entrepreneurs and researchers from this economic sector

It is a qualitative methodology that includes a bibliographic review regarding innovation strategies in Colombian SMEs and their main categories of analysis. This is in order to contribute to the theoretical documentation for the benefit of these companies, the issue of great importance also for entrepreneurs, who have the hand in the important methodological and conceptual sense to apply in practice and for the direction of future research.

Keywords: Tourism, SMEs, economic growth.

Introducción

Históricamente las pequeñas y medianas empresas (PYME) colombianas han desempeñado un papel protagónico en la generación de empleo y en el desarrollo económico de muchas regiones de país. Según las estadísticas del estudio GEM para el año (2006), 4 de cada cinco ciudadanos colombianos entre 18 y 64 años de edad están vinculados laboralmente en una PYME. Sin embargo, cabe resaltar que existe una gran preocupación debido a la falta de innovación en estas organizaciones, siendo este uno de los factores asociados su bajo creci-

miento económico en un entorno cada vez más versátil y competitivo (Franco, 2010).

La dificultad a la inserción económica de estas empresas, reside en la falta de estrategias de innovación empresarial, por lo cual no han encontrado la manera de interpretar los cambios que traen consigo la globalización, para competir con productos en el mercado nacional e internacional, de cara a impulsar su crecimiento económico y desarrollo a la comunidad. Es así como surge la iniciativa para desarrollar una investigación con el objeto de describir estrategias de innovación empresarial que posibilitan el crecimiento económico de las PYME del sector turismo en Colombia. En primer lugar, se realiza un análisis del entorno social y económico en las PYME del sector turismo en Colombia. Segundo, se identifica estrategias de innovación empresarial para las pyme del sector turismo. Tercero, se exponen beneficios económicos y sociales que podría generar las estrategias de innovación empresarial en estas empresas.

Cabe recordar que en una sociedad cambiante, las empresas ya no pueden ejercer una competencia remitiéndose únicamente a los activos corporales como los equipos de última generación o proponiendo los costos más bajos a los clientes, sino que la capacidad de innovar también tiene una incidencia directa en el mercado eventual, ya que provee los medios para afrontar los mercados emergentes y la aceleración de los cambios tecnológicos, sociales y ambientales.

Por tanto, a partir de estrategias de innovación empresarial las PYME, pueden aprovechar las ventajas en este renglón de la economía y encontrar la forma de beneficiarse de las oportunidades que ofrece los mercados nacionales e internacionales, como también contribuir a la generación de empleo a muchas familias y por ende al desarrollo de las regiones. Los beneficios de la presente investigación se expresan en mejores rendimientos económicos para estas organizaciones, por ello los resultados aquí obtenidos, puede servir de base para la toma de medidas correctivas y la aplicación de planes de mejora en la gestión administrativa que beneficie a socios, usuarios e inversionistas.

Referente teórico- conceptual

En este sentido, la estrategia en el ámbito empresarial, está integrada a la gestión en la medida que direcciona las diversas decisiones en función del cumplimiento de

los objetivos de la organización. Para (Barney, 1991; Grant, 1991), el concepto de estrategia en el ámbito o empresarial está más relacionada con la ventaja competitiva en la medida que las empresas cuentan con un conjunto de capacidades y herramientas que al ser gestionadas ordenadamente pueden representar una ventaja competitiva para la organización.

De otro lado, la innovación en el ámbito empresarial ha sido definida desde varias perspectivas teóricas, con lo cual se pretende dar claridad en el concepto. Pues bien, de acuerdo con Sebastián (2010), la innovación es entendida como un proceso social, donde el conocimiento científico y tecnológico es un factor importante. (p.7). En este sentido, el autor aborda el concepto de innovación desde dos aspectos fundamentales como son: el conocimiento científico y tecnológico, lo cual es entendible si se tiene en cuenta que la sociedad cambia frecuentemente en relación con estos dos aspectos.

Por su parte la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE 2005), se refiere a la innovación como: "la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo" (p. 45) A partir de esta premisa, la innovación cubre otros aspectos importantes como son la novedad en los productos y servicios, así como los procesos de comercialización. Por tanto, queda claro que al ser la empresa un sistema integrado la innovación puede darse en cualquiera de sus subsistemas, como productos, mercadotecnia, producción, atención al cliente entre otros.

De acuerdo con el manual de OSLO propone cuatro tipos de innovación:

Innovación en producto: consiste en la introducción de un bien o servicio nuevo o sensiblemente mejorado con respecto a sus características o la finalidad de su uso. Esto incluye significativas mejoras en sus requisitos técnicos, componentes y materiales, incorporación de software, adaptación al usuario o cualquier otra característica funcional. Innovación en proceso: consiste en la puesta en marcha de un nuevo o método de producción o distribución sensiblemente mejorado que incluye cambios significativos en la técnica, tecnología y/o equipamiento en software.

Innovación en mercado: Consiste en desarrollar un

nuevo modo de comercialización con significativos cambios en el diseño, embalaje, redistribución del producto, su promoción o marcaje, dirigido a cómo llegar mejor a las necesidades del cliente, abriendo nuevos mercados, o una mejor recolocación de la empresa en el mercado, con el objetivo de incrementar las ventas de la empresa. Innovación en la organización: Consiste en poner en marcha un nuevo método organizacional en el hacer de la empresa, en el lugar de trabajo, en la organización o en las relaciones externas y puede ir dirigida a incrementar la rentabilidad de la empresa a través de la reducción de costes administrativos o de transacción, mediante mejoras en el lugar de trabajo para que resulte más agradable.

En definitiva el concepto de innovación es bien definido por el Manual de Oslo (2005), en la medida que abarca diversos aspectos como la organización, mercado, proceso y producto, siendo estos últimos elementos fundamentales para enfocar el tema sujeto de estudio.

El turismo en Colombia

El sector del turismo viene ganando terreno en Colombia como consecuencia de los diversos tratados de libre comercio suscritos con más de 50 países, lo cual contrasta con la consolidación de los acuerdos de paz, que ha permitido el acceso de viajeros a diversas zonas turísticas del país. Paula Cortés, presidente de la Asociación Colombiana de Viajes y Turismo (Anato), destaca que el Gobierno ha venido brindándoles mayor importancia al turismo a través de campañas de promoción y de apoyo a los empresarios. (DINERO.COM, 2018).

El buen momento de esta actividad se hace más evidente si se comparan las cifras de comienzo de década, cuando el número de viajeros provenientes del exterior era de 2,6 millones, lo cual abre la posibilidad para que las PYME de este sector puedan crecer económicamente. Para ello, se requiere el desarrollo de estrategias de innovación empresarial, transformando los diferentes servicios en atractivos con mayor potencial comercial, no solo en el contexto nacional sino también en el internacional.

De igual manera con el ingreso de Colombia a la alianza del pacífico, se abre la oportunidad para el avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas lo cual ha venido

impulsando el turismo en las diversas regiones del país dado que el 92 % de los aranceles fueron eliminados. De esta forma, el sector turístico colombiano se ha venido convirtiendo en uno de los pilares de la economía nacional. Aun cuando ha sido un escalafón en cierta forma rezagado, en estos sectores encuentra un gran potencial, que además es impulsado por las condiciones geográficas y climáticas que convierte a las distintas regiones colombianas en sitios propicios para ser visitados por nacionales y extranjeros. Con base en esto, se establece un diagnóstico general de la competitividad de las PYME colombianas que se dedican a la prestación de servicios en dicho sector.

Materiales y métodos

Para el desarrollo del presente estudio se recurre a la investigación bibliográfica que de acuerdo con Hernández (2010) consiste en la revisión minuciosa de documentos como: artículos, libros, revistas (físicos o virtuales), audios, videos etc, sobre el tema a abordar, en este caso, las estrategias de innovación en las PYME. En relación con la muestra, esta seleccionada a partir del juicio del investigador seleccionando los documentos que aporten información relevante, y así poder obtener unos resultados de buena calidad.

Para el análisis de la información, esta fue codificada de acuerdo con las respectivas categorías de análisis, luego a partir de sus similitudes se establecieron nuevas categorías, posteriormente se realizó la triangulación tomando como referencia algunos relatos, la opinión de los investigadores y la teoría consultada para poder establecer las respectivas conclusiones. Dicho lo anterior, los elementos que hacen parte de la población estuvieron conformados por documentos tales como: libros, artículos, revistas audios, videos entre otros que aborden estrategias de innovación empresarial en las PYME del sector turismo.

Análisis de resultados

Entorno social y económico en las PYME del sector turismo en Colombia

Colombia se caracteriza por se caracteriza por presentar un extenso paisaje en Valles, Patía, mesetas y cordillera, donde el 81.4% de sus veredas conectadas al sistema vial, con carreteras de primer orden como la carretera panamericana, segundo y tercer orden que aceden a los departamentos y municipios. La gran riqueza cultural del país está representada en la diversidad de grupos

artísticos y culturales, reconocidos a nivel nacional e internacional entre ellos sobresalen Las cumbias, el ballenato, la salsa, el bambuco, chirimías, grupos de danza, los cuales hacen parte de la identidad de la población, por lo cual muchos de ellos son reconocidos patrimonio de la humanidad.

Colombia se caracteriza se caracteriza por presentar diversos lugares turísticos que son visitados con frecuencia por foráneos y por los mismos pobladores del Municipio que merecen mencionarse como: las islas de san Andrés y providencia, las playas del atlántico, el parque de Chibiriquete, la sierra nevada de Santa marta, entre otro lugares turísticos, que hacen del país un importante destino turístico. Colombia también cuenta con una gran riqueza gastronómica en la cual se destacan la bandeja paisa, los buñuelos, los tamales tolimenses, el ajiaco, el mondongo, los jugos de frutas tropicales, el majar de dulce, entre otros. De igual manera la riqueza cultural también comprende las tradiciones religiosas como la semana santa de Popayán, la peregrinación al Cerro de Monserrate y a la Virgen de las Lajas, el Milagroso de Buga entre otros.

La riqueza artesanal también es un elemento importante para el turismo colombiano, ya que sobresalen productos como los bordados de seda, las artesanías en guadua, en piel, en madera, la elaboración de tejidos por parte de las comunidades nativas, la elaboración del sombrero vueltiao en fin un sin número de productos que se convierten en la fuente de ingresos para muchas comunidades. El deporte también es un elemento importante en Colombia, donde se destacan los campamentos de fútbol nacional e internacional, juegos olímpicos, patinaje, boxeo, béisbol, atletismo, el ciclismo entre otros, eventos que se convierten en un atractivo para los turistas.

En lo que respecta a la infra estructura, el país cuenta con una importante red hotelera en las principales ciudades de la costa atlántica en la costa pacífica y en el interior del país, municipio así como la infraestructura para presentación de eventos culturales como teatros, coliseos estadios, que sirven como espacios de encuentro y realización de todo tipo de eventos sociales, comunitarios y culturales, hecho que beneficia a la población urbana y rural. Además el país presenta amplias ventajas para el turismo, en primer lugar por su ubicación geografía en la entrada a Suramérica, con acceso al océano pacifico y el océano atlántico, lo que facilita la llegada de turistas que viajan por esta imperante vía hacia o desde el sur y norte del

continente. De igual manera el clima de Colombia es una ventaja para el turismo, ya que muchas personas aprovechan el verano para vacacionar.

En lo que respecta a su entorno social, el país se destaca por la calidad de su gente, la cual se caracteriza por su amabilidad, alegría y cogida al visitante, lo que hace de esta una tierra un lugar agradable para compartir individual y colectivamente, lo cual permite que confluyan diversos grupos étnicos, como afros descendientes, campesinos, indígenas y mestizos. Por tanto la diversidad étnica y cultural de Colombia permite que se creen las condiciones favorables para el visitante en la medida que las poblaciones han aprendido a convivir con sus diferencias socioculturales.

En cuanto al contexto económico, el país cuenta con un gran potencial, gracias a que se han realizado inversiones en los sectores agrícolas, minero, energético, industrial y ganaderos, lo que ha llevado la instalación de empresa nacionales e internacionales, lo cual genera una mayor dinámica de la economía local. Cabe resaltar que Colombia es en especial Medellín barraquilla y Bogotá y Cali son epicentro comercial donde se congregan microempresarios de otros países lo cual permite un mayor flujo de personas y también de capital. En definitiva Colombia cuenta con un entorno social y económico favorable para impulsar el turismo, donde las PYME tienen una gran oportunidad de crecer económicamente, claro está mediante la implementación de estrategias innovadoras que articulen cada una de las potencialidades del contexto.

Estrategias de innovación empresarial de las pyme del sector turismo

La innovación en las pymes, es entendida como un conjunto de acciones y actividades encaminadas a posicionar en el mercado productos y servicios, mediante actividades e ideas propias de los funcionarios de la organización y que requiere de una planeación de recursos humanos, financieros y tecnológicos, (Avendaño, 2012). A continuación se presentamos estrategias de innovación, accesibles para PYMES, basadas en cuatro enfoques: observación del entorno, procesos, planificación y actividad comercial.

Pese a que el entorno socioeconómico de las PYME del sector turismo de Colombia es favorable, es necesario realizar un mayor análisis ya que este se encuentra en constante cambios que podrían resultar favorables o

desfavorables para estas empresas. Dichos cambios surgen como consecuencia de factores políticos, legales, económicos, tecnológicos, demográficos y sociales, donde es indispensable tomar decisiones acertadas así como una vigilancia continua, de tal manera que la organización pueda alcanzar una transformación que le permita adaptarse a ese entorno cambiante, analizando las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades con el fin de poder adaptar las estrategias en las diferentes área de la organización.

Debido a los cambios que se presentan en el entorno los procesos dentro de la empresa también se ven sujetos a diversos cambios y modificaciones, de allí la importancia de mejorarlos continuamente mediante el uso de la creatividad a fin de alcanzar una mayor competitividad. En este sentido, es importante analizar y redefinir las áreas funcionales de la empresa e identificar todos los procesos que se dan en ella a partir del establecimiento de protocolos.

También es importante organizar los recursos humanos de las PYME en función de dichos procesos, determinando las funciones que va a realizar cada uno y las relaciones que se establecen entre los diferentes puestos a fin de lograr que la información importante sea compartida por todos los implicados. De igual manera, resulta importante fortalecer la comunicación al interior y exterior de la organización, mediante la utilización de herramientas informáticas eficientes. También resulta pertinente establecer mecanismos de control, mediante procesos claros de evaluación que favorezcan la toma de decisiones en tiempo real.

La planificación en la empresa también es un asunto prioritario, ya que permite planificar e implementar las estrategias, es decir que le proporciona a la empresa los medios y recursos, para alcanzar los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Otra estrategia importante de innovación es el aspecto comercial, ya que es relevante analizar todas las variables que influyen en la valoración del producto o servicio por parte de los clientes. Entre las variables a controlar se encuentran el producto o servicio, precio, marketing, personal, clientes, proveedores, competencia, tecnología, gobiernos y políticas.

Para establecer una estrategia comercial, es importante conocer los puntos fuertes y débiles tanto de la empresa, de la competencia, relación con el entorno y clientes, así como determinar el valor agregado del producto y establecer líneas de actuación a mediano

y largo plazo y definir líneas de actuación concretas sobre producto o servicio, precio, distribución, exposición y publicidad.

Beneficios económicos y sociales que podría generar las estrategias de innovación empresarial en las pyme colombianas.

La innovación viene siendo implementada en las organizaciones, no porque sea un tema de moda sino porque aporta importantes beneficios como argumenta Benavides y Quintana (2002), permite una relación armoniosa entre la organización y el cliente, en la medida que la innovación permite descubrir y responder acertadamente a las necesidades a satisfacer con los productos y servicios, (Avenidaño, 2012). Además permite asegurar el direccionamiento de la estrategia mediante la vinculación de todas las áreas de la organización, haciendo uso de la creatividad de los funcionarios, en la medida que estos encuentra una mejor manera de realizar su trabajo.

La innovación también tiene un impacto en el aumento de las ventas en la medida que los clientes percibe de una mejor manera los productos y servicios lo que conlleva a que se sumen nuevos clientes lo que facilita la conquista de nuevos mercados. Además, favorece la comunicación con sus clientes, lo cual facilita la difusión y distribución de los bienes o servicios alcanzando una mayor competitividad de la organización. También tiene un impacto directo en la disminución de los costos, en la medida que se hace un racionamiento eficiente de los recursos humanos, materiales, y económicos, lo cual se ve representa en un mayor rendimiento económico.

La innovación en las empresas también genera grandes beneficios en el posicionamiento, gracias a que se pueden adaptar fácilmente a los cambios que se presentan en los contextos sociales y tecnológicos. Además, puede generar beneficios en la competitividad con los productos ya que los consumidores siempre están buscando novedades, aquellos que se diferencia de lo común. De manera global, la innovación tecnológica provee grandes beneficios a las PYME del sector turismo, no obstante se requiere una adecuada implementación de las estrategias, teniendo en cuenta la interacción de todas las áreas, de tal manera a que se desarrollen acciones coordinadas que apunten hacia el mismo objetivo.

Conclusiones

El turismo en Colombia ha tenido un comportamiento favorable en los últimos años gracias a los tratados de libre comercio, en especial con la alianza el pacífico, además por que presenta varias las potencialidades del país se destacan la buna ubicación geográfica, la variedad climática, la riqueza cultural, paisajística, y gastronómica, que hacen de este país un importante destino para vacacionar. Ente panorama se muestra favorable para las pyme de este sector, ya que presentan grandes oportunidades para su crecimiento.

Entre las estrategias más importantes para favorecer la innovación en la pyme colombianas se encuentran:

a) A nivel del entorno; permiten a la organización establecer los mecanismos para adaptarse a los cambios surgen como consecuencia de factores políticos, legales, económicos, tecnológicos, demográficos y sociales, para alcanzar la verdadera transformación.

b) A nivel de procesos; son de gran importancia para analizar y redefinir las áreas funcionales de la empresa e identificar todos los procesos que se dan en ella a partir del establecimiento de protocolos para alcanzar una mayor eficiencia y competitividad.

c) A nivel de Planificación; Facilitan la planeación de las diferentes actividades a fin de lograr una mayor optimización de los recursos y alcanzar una mayor eficiencia en los procesos en función de los objetivos propuestos

d) A nivel comercial: permiten analizar todas las variables que influyen en la valoración del producto o servicio por parte de los clientes. Entre las variables a controlar se encuentran el producto o servicio, precio, marketing, personal, clientes, proveedores, competencia, tecnología, gobiernos y políticas.

Se concluye que las estrategias de innovación en las pyme colombianas traen grandes beneficios en la medida que favorece la competitividad, el posicionamiento en el mercado y la adaptación entornos cambiantes que surgen como consecuencia de la globalización y los avances tecnológicos. Esta innovación también influye positivamente en el desarrollo regional especialmente en la generación de empleo y de las regiones.

Referencias bibliográficas

- Avendaño, C.W. (enero-junio, 2012). Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas del municipio de San José de Cúcuta Semestre Económico, vol 15, No. 31, pp. 187-208 • ISSN 0120-6346, Medellín, Colombia 203
- Benavides Velasco, C. Á y Quintana García, C. (2002). Regiones en aprendizaje. ¿Una nueva dimensión territorial de la innovación? En: Boletín Económico de ICE, No. 2722, p. 19-30.
- Barney, J. (1991). Firms Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Bertazza. (15 de 01 de 2009). La prevención del fraude fiscal a través de facturas apócrifas. Obtenido de <http://old.iefpa.org.ar/documentos/documentostrabajo/2008/bertazza.pdf>
- Revista Dinero. (2018). Las PYME del sector turismo en Colombia. Recuperado de <https://www.dinero.com>
- Franco Ángel, M y Pulido Urbano, D. (Enero-marzo, 2010). El éxito de las PYMEs en Colombia: un estudio de casos en el sector salud *Estudios Gerenciales*, vol. 26, núm. 114, pp. 77-96
- GEM. (2006). Disponible en: www.consortium.org
- Hernández (2010). Metodología de la Investigación. Quinta edición. México, México. Editorial Mcgraw-Hill.
- Hernández Palma, H., Cardona Arbeláez, D. y Raad Pardo, A. (2016). La innovación empresarial como impulsora de las PYMEs en la región caribe" tuvo como objetivo general, analizar el componente de la innovación como factor de desarrollo y crecimiento de las PYMEs en la Región Caribe.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE) (2005). La innovación como base de desarrollo económico y social.
- Sebastián, J. (2010). La innovación, entre la ciencia, la ficción y la política. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*