

Conocimiento e innovación en el sector de alojamiento turístico



Julia Nieves Rodríguez

Profesora Titular de Universidad (ULPGC)
Departamento de Economía y Dirección
de Empresas
Instituto Universitario de Turismo
y Desarrollo Económico Sostenible

En una economía global, crecientemente compleja y en continua evolución, la habilidad para innovar se convierte en un elemento clave para la competitividad y el progreso. Particularmente, el sector de alojamiento turístico está sometido a una alta competencia a nivel mundial y las empresas deben encontrar fórmulas para ofrecer servicios novedosos y valor añadido a sus clientes. La innovación en el ámbito turístico adquiere mayor relevancia, si cabe, puesto que no existen barreras efectivas para protegerse de la imitación. De esta manera, es muy difícil que las empresas mantengan durante mucho tiempo la exclusividad de sus innovaciones, lo que les obliga a ser mucho más activas y consistentes en su actividad innovadora. Ello exige entender los factores que favorecen la adaptación a los cambios sociales y a las preferencias de la demanda.

Cualquier organización preocupada por los cambios del entorno debería procesar eficientemente la información, generar conocimiento y aplicarlo en innovaciones que le permitan, no solo adaptarse a dichos cambios, sino, además, actuar de forma proactiva. Por consiguiente, los recursos de conocimiento de las empresas turísticas constituyen un activo intangible único y valioso para lograr resultados de innovación. Entre estos activos cabe destacar el capital humano y el establecimiento de redes sociales.

El capital humano, esto es, el nivel de conocimiento, habilidades, destrezas y experiencia de los empleados, es particularmente significativo en el desarrollo de actividades que requieren interacción y comunicación con los clientes. Por tanto, el capital humano representa uno de los recursos más importantes que poseen las empresas de alojamiento

turístico. Desarrollar su conocimiento y habilidades constituye una prioridad, más aún si se considera que el grueso del personal empleado en el sector responde a un perfil de baja cualificación. En

El capital humano representa uno de los recursos más importantes que poseen las empresas de alojamiento turístico

este sector, los empleados conocen mejor que nadie las demandas, quejas y preferencias de los usuarios y, por tanto, pueden aportar ideas para el desarrollo de nuevos servicios, así como información relevante sobre la conveniencia de mantener o descartar servicios actuales o nuevos proyectos en curso. Sin embargo, por lo general, los empleados que ocupan puestos de primera línea no pueden formular sus ideas y perspectivas porque no suelen estar implicados en las decisiones de las em-

Es fundamental involucrar a los empleados tanto en la creación de nuevos servicios como en lograr que los clientes aprecien su carácter distintivo y los beneficios que aportan

presas. Por consiguiente, es fundamental involucrar a estos empleados tanto en la creación de nuevos servicios como en lograr que los clientes aprecien su carácter distintivo y los beneficios que aportan. Ello vinculado a planes de formación para dotar al personal de habilidades y destrezas que les permitan reconocer el potencial de la información que reciben, así como impulsar su creatividad. Además, la implicación y

la formación de los empleados mejora su motivación, lo que repercute en una mayor productividad.

Por su parte, las relaciones sociales que las empresas de alojamiento turístico establecen con entidades o personas externas a la organización, tales como proveedores, clientes, otras empresas, universidades o institutos

de investigación, constituyen una importante fuente de información y conocimiento para el desarrollo y el éxito comercial de las innovaciones. La búsqueda de conocimiento externo es crítica en este sector donde coexisten distintos tipos de empresas que ofrecen un conjunto diverso de servicios complementarios, los cuales proporcionan una experiencia holística al turista. Estas fuentes

externas de conocimiento ayudan a que las empresas de alojamiento turístico sean más sensibles a los cambios en el entorno, aportándoles ideas y recursos para detectar y ex-

plotar oportunidades de innovación, lo cual les confiere ventajas sobre otras que reaccionan con mayor lentitud o están peor informadas.