	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15	
			VERSIÓN	02	
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN			FECHA	03/04/2017
				PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ	APROBÓ		
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad		

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): LAURA CAMILA APELLIDOS: RODRIGUEZ GOMEZ

NOMBRE(S): ADRIANA VICTORIA APELLIDOS: SAENZ ARDILA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECTOR:

NOMBRE(S): MAYRA ESPERANZA APELLIDOS: FOLIACO ALBINO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

La investigación está basada en analizar las innovaciones que brinda el sector hotelero para su desarrollo para la ciudad según la situación actual en la que se encuentran, además, generar una estrategia de innovación alternativa para el mejoramiento en hoteles de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. El estudio se enfoca en estudiar y caracterizar las innovaciones aplicadas en el sector hotelero en la ciudad, estableciendo una metodología de trabajo con el fin de formular preguntas las cuales reúnen características para determinar la cantidad de innovaciones que poseen actualmente los hoteles. En la región la innovación facilita a las empresas la entrada a nuevos mercados ofreciendo productos y servicios más económicos y accesibles en base a la tecnología actual en el país, logrando posicionamiento y competitividad. La crisis ha ayudado a que los empresarios de la región se reinventen y proyecten en el mercado nacional oportunidades de negocios desarrollando mejoras en los servicios que ofrecen al público. Este análisis tiene como objetivo ofrecer un diagnóstico diferenciador con el propósito de ayudar en la implementación de estrategias para la mejora de servicios y de procesos organizacionales de todo el sector.

PALABRAS CLAVES:

Innovación, Análisis, Hotelería, Variables.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 1 3 3 PLANOS: _____ ILUSTRACIONES: _____ CD ROOM: _____

Copia No Controlada

ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE
CÚCUTA

LAURA CAMILA RODRIGUEZ GOMEZ

ADRIANA VICTORIA SAENZ ARDILA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2021

ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE
CÚCUTA

LAURA CAMILA RODRIGUEZ GOMEZ

ADRIANA VICTORIA SAENZ ARDILA

Anteproyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Administradores de empresas

Directora:

Mayra Esperanza Foliaco

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2021

ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

San José de Cúcuta, 21 de octubre de 2021

LUGAR: ENCUENTRO VIRTUAL PLATAFORMA GOOGLE MEET.

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO: "ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA".

MODALIDAD: TRABAJO DE GRADO

JURADOS:

JHON ANTUNY PABÓN LEÓN

ENTIDAD: U.F.P.S.

MILLER MAURICIO SERRANO ALVIAR

ENTIDAD: U.F.P.S.


WILLIAM FABIÁN ESPINEL GÓMEZ

ENTIDAD: U.F.P.S.


DIRECTORA: MAYRA ESPERANZA FOLIACO ALBINO

NOMBRE ESTUDIANTE

	CÓDIGO	CALIFICACIÓN	
		NÚMERO LETRAS	A - M - L
LAURA CAMILA RODRÍGUEZ GÓMEZ	1213950	4,1 Cuatro Uno	X
ADRIANA VICTORIA SÁENZ ARDILA	1213969	4,1 Cuatro Uno	X


JHON ANTUNY PABÓN LEÓN


Jurado


MILLER MAURICIO SERRANO ALVIAR

Jurado


WILLIAM FABIÁN ESPINEL GÓMEZ

Jurado

Vº Bº 
ZULAY ALARCÓN RIVERA
Coordinadora Comité Curricular
Administración de Empresas

Lda P.



**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA
LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Cúcuta,

Señores
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS
Ciudad

Cordial saludo:

LAURA CAMILA RODRIGUEZ GOMEZ, identificado(s) con la C.C. N° 1.090.511.498, y ADRIANA VICTORIA SAENZ ARDILA, identificado(s) con la C.C. N° 1.095.933.390, autores de la tesis y/o trabajo de grado titulado ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CÚCUTA, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de ADMINISTRADORA DE EMPRESAS; autorizo(amos) a la biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander, Eduardo Cote Lamus, para que con fines académicos, muestre a la comunidad en general a la producción intelectual de esta institución educativa, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página web de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus y en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Francisco de Paula Santander.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc.; y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la ley 1982 y el artículo 11 de la decisión andina 351 de 1993, que establece que "**los derechos morales del trabajo son propiedad de los autores**", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.


LAURA CAMILA RODRIGUEZ GOMEZ
CODIGO: 1213950
Celular: 3186905007
LAURACAMILARG@UFPS.EDU.CO


ADRIANA VICTORIA SAENZ ARDILA
CODIGO: 1213969
Celular: 3209925754
ADIANAVICTORIASA@UFPS.EDU.CO

Contenido

Introducción	15
1 Identificación del Problema	16
1.1 Título	16
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.2 Objetivos Específicos	19
1.5 Justificación	20
1.6 Alcance y Limitaciones	21
1.6.1 Alcances	21
1.6.2 Limitaciones	21
1.7 Delimitaciones	22
1.7.1 Espacial	22
1.7.2 Temporal	22
1.7.3 Conceptual	22
2 Marco Referencial	23
2.1 Antecedentes	23
2.1.1 Antecedentes Internacionales	23

2.1.2	Antecedentes Nacionales	24
2.1.3	Antecedentes Locales	26
2.2	Marco Teórico	27
2.3	Marco Conceptual	30
2.4	Marco Contextual	33
2.5	Marco Legal	35
3	Diseño Metodológico	36
3.1	Tipo de Investigación	36
3.1.1	Investigación Cualitativa	36
3.1.2	Investigación Cuantitativa	36
3.2	Variables	38
3.3	Población y Muestra	40
3.3.1	Población	40
3.3.2	Muestra	40
3.4	Tipo de Muestreo	41
3.4.1	Muestreo Aleatorio Simple	41
3.5	Instrumentos para la Recolección de la Información	41
3.5.1	Encuesta	42
3.5.2	Entrevista	43
3.5.3	Técnicas de Análisis	44

4	Contenido del Proyecto	45
4.1	Investigación de las Innovaciones Aplicadas en el Sector Hotelero en la Ciudad de Cúcuta	45
4.1.1	Hoteles Internacionales	54
4.1.2	Hoteles Nacionales	57
4.1.3	Hoteles Regionales	61
4.1.4	Hoteles Locales	63
4.2	Caracterización de los Elementos de la Innovación que Inciden en el Sector Hotelero	71
4.3	Estrategias de Innovación Alternativa para el Mejoramiento Sostenible del Sector Hotelero de la Ciudad	100
4.3.1	Innovación en los Servicios	101
4.3.2	Innovación en los Procesos	108
4.3.3	Innovación en Marketing	112
4.3.4	Innovación en la Organización	116
5	Conclusión de la Investigación	120
6	Recomendaciones	122
7	Elementos administrativos	123
7.1	Cronograma de actividades	123
8	Bibliografía	124

Lista de Tablas

Tabla 1: Definiciones sobre Innovación en el sector hotelero.	31
Tabla 2. Variables e indicadores del proyecto.	38
Tabla 3. Preguntas encuesta	43
Tabla 4. Categorización de hoteles.	44
Tabla 5. Identificación de la muestra hotelera de la ciudad de San José de Cúcuta	72
Tabla 6. Innovación en servicios	75
Tabla 7. Beneficios de la innovación en servicios.	78
Tabla 8. Innovación en procesos	79
Tabla 9. Beneficios de la innovación en procesos.	80
Tabla 10. Innovación en marketing	81
Tabla 11. Beneficios de la innovación en mercadotecnia	83
Tabla 12. Innovación en organización	84
Tabla 13. Beneficios de la innovación en organización	85
Tabla 14. Entrevista en la innovación de servicios	86
Tabla 15. Entrevista en la innovación de procesos	90
Tabla 16. Entrevista en la innovación en marketing	93
Tabla 17. Entrevista en la innovación en organización	97
Tabla 18. Propuestas Estratégicas en Servicio	107
Tabla 19. Propuestas Estratégicas en Procesos.	110

Tabla 20. Propuestas Estratégicas en Marketing.	115
Tabla 21. Propuestas Estratégicas en la Organización.	118
Tabla 22. Cronograma de Actividades	123

Lista de figuras

Figura 1. <i>Comportamiento de la ocupación hotelera de diciembre de 2004 a 2020.</i>	48
Figura 2. <i>Comportamiento ocupación hotelera anual (2016 al 2020).</i>	49
Figura 3. <i>Innovación en Hospedaje.</i>	76
Figura 4. <i>Innovación en Room Service.</i>	76
Figura 5. <i>Innovación en Servicio de Alimentación.</i>	76
Figura 6. <i>Innovación en Servicio de Recreación.</i>	77
Figura 7. <i>Innovación en Servicio de Turismo.</i>	77
Figura 8. <i>Innovación en Servicio de Transporte.</i>	77
Figura 9. <i>Otras respuestas.</i>	78
Figura 10. <i>Beneficios o utilidad de la innovación en servicios.</i>	79
Figura 11. <i>Innovación en procesos.</i>	80
Figura 12. <i>Beneficios o utilidad de la innovación en procesos.</i>	81
Figura 13. <i>Innovación en mercadotecnia.</i>	82
Figura 14. <i>Beneficios o utilidad de la innovación en mercadotecnia.</i>	83
Figura 15. <i>Innovación en organización.</i>	84
Figura 16. <i>Beneficios o utilidad de la innovación en organización.</i>	85
Figura 17. <i>Estrategias por servicios.</i>	102
Figura 18: <i>Estrategias de procesos</i>	109

Lista de Anexos

Anexo 1. Encuesta.	130
Anexo 2. Entrevista	132

Resumen

Este proyecto investigativo se basa en la generación de propuestas alternativas de innovación en el sector hotelero de la ciudad de Cúcuta, teniendo en cuenta las definiciones de innovación planteadas en el “Manual de Oslo”, el cual plantea cuatro tipos de innovación como son servicios, procesos, marketing y organizativos, dando a conocer en cuales de los anteriormente mencionados son en los que los hoteles de la ciudad han realizado cambios, y a su vez dando a conocer si estos les está generando un beneficio en sus utilidades.

Para el desarrollo de este proyecto se analizó como base fundamental los ámbitos local, regional, nacional e internacional, para mostrar cuales son las tendencias más usadas en los hoteles, demostrando que el uso de la tecnología está haciendo parte integral de actividades que se llevan a cabo dentro de los hoteles, pero no solo la tecnología hace innovador, por este hay muchos hoteles de carácter temático que buscan una desconexión de la tecnología que también están teniendo mucho auge mundial. Estos paradigmas se estudiaron para dejar un ejemplo para el sector hotelero, dado que la ciudad cuenta con grandes competidores de talla mundial, los cuales se especializan en atraer a personas que visitan la ciudad, principalmente, para realizar inversiones o negocios.

Por último, otro de los objetivos de este proyecto es el planteamiento de propuestas de innovación alternativas, divididas por medio del poder adquisitivo de los hoteles, y otras de carácter general que se pueden aplicar a todas estas empresas. Para estas propuestas se toman como cimiento las tendencias en innovación que se están aplicando en el mundo y se adaptan al ámbito regional, para la fácil aplicación de estas propuestas estratégicas.

Summary

This research project is based on the generation of alternative proposals for innovation in the hotel sector of the city of Cúcuta, taking into account the definitions of innovation raised in the "Oslo Manual", which raises four types of innovation such as services, processes, marketing and organizational, making known in which of the aforementioned are in which the hotels of the city have made changes, and in turn making known if these are generating a profit in their profits.

For the development of this project, the local, regional, national and international spheres were analyzed as a fundamental basis, to show which are the most used trends in hotels, showing that the use of technology is becoming an integral part of activities that are carried out. It is carried out within hotels, but not only technology makes it innovative, for this there are many thematic hotels that seek a disconnection from technology that are also having a worldwide boom. These paradigms were studied to set an example for the hotel sector, given that the city has great world-class competitors, which specialize in attracting people who visit the city, mainly for investment or business.

Finally, another objective of this project is to propose alternative innovation proposals, divided by the purchasing power of hotels, and others of a general nature that can be applied to all these companies. For these proposals, the innovation trends that are being applied in the world are taken as a foundation and are adapted to the regional scope, for the easy application of these strategic proposals.

Introducción

La presente investigación está basada en analizar las innovaciones que brinda el sector hotelero para su desarrollo para la ciudad según la situación actual en la que se encuentran, además generar una estrategia de innovación alternativa para el mejoramiento sostenible en hoteles de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander.

El estudio se enfocará en estudiar y caracterizar las innovaciones aplicadas en el sector hotelero en la ciudad de Cúcuta, estableciendo una metodología de trabajo con el fin de formular preguntas las cuales reúnen características para determinar la cantidad de innovaciones que poseen actualmente los hoteles

En la región de Norte de Santander la innovación facilita a las empresas la entrada a nuevos mercados ofreciendo productos y servicios más económicos y accesibles en base a la tecnología actual en el país, logrando posicionamiento y competitividad. Asimismo, la crisis ha ayudado a que los empresarios de la región se reinventen y proyecten en el mercado nacional oportunidades de negocios desarrollando mejoras en los servicios que ofrecen al público.

Este análisis de la investigación tiene como objetivo ofrecer un diagnóstico diferenciador con el propósito de ayudar en la implementación de estrategias para la mejora de servicios y de procesos organizacionales de todo el sector. También busca conocer los hoteles, tanto nacionales como internacionales que están marcando tendencia, y hacen que sean los preferidos por los consumidores (turistas).

1 Identificación del Problema

1.1 Título

Análisis de la innovación en el sector hotelero de la ciudad de Cúcuta.

1.2 Planteamiento del Problema

La innovación se considera como una competencia central para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de las empresas. La innovación es un factor muy importante dentro de cualquier organización, en las empresas de servicios es de gran relevancia para mejorar los procesos y la atención al cliente ya que es algo indispensable para cualquier hotel, la innovación permite tanto a las personas como a las empresas interactuar en un mundo altamente dinámico y competitivo en el cual es necesario estar a la vanguardia de manera que pueda conseguir una favorable participación en el mercado.

La innovación se ha convertido en una necesidad primordial para las empresas y “fundamental para el crecimiento tanto de la producción como de la productividad” (OCDE y Eurostat, 2005). La innovación es ampliamente considerada como la sangre vital de la supervivencia y el crecimiento corporativo. Se refiere, más que a un producto o servicio en un momento determinado, a la evolución de ese producto o servicio durante el transcurso del tiempo desde la introducción de los cambios en la oferta hasta la aceptación de la nueva oferta en el mercado por parte de los nuevos consumidores.

El sector hotelero muestra ciertos datos importantes para la economía del país, teniendo un crecimiento representativo, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2020):

El 2019 fue un año de cifras récord para el turismo en Colombia. El número de visitantes no residentes que llegaron al país fue de 4.515.932, un crecimiento del 2,7 %”, también la ocupación hotelera tuvo un incremento significativo, alcanzando el 57,8% en promedio para el cierre del año 2019, a su vez en el mismo periodo de tiempo, los pasajeros movilizados nacional e internacionalmente alcanzo 41,2 millones de pasajeros. De los principales servicios más atractivos ofrecidos por el sector se encuentra el Ecoturismo, Aventurismo (avistamiento de aves), Deportes y cultura, turismo de negocios, turismo cultural, turismo de cruceros, turismo gastronómico, turismo de salud, entre otros, los principales motivos de viaje para 2019 representados en cifras fueron los siguientes: Ocio 48,7%, Negocios 38.2%, convenciones 7% y salud 2,5%.

De acuerdo con (El Tiempo, 2020) los destinos con mayor ocupación del país fueron:

San Andrés logró el mayor nivel de ocupación con 82,05 % y un crecimiento de 6,18 puntos porcentuales con respecto a diciembre de 2019. Cartagena fue el segundo destino con mejor desempeño con un indicador de 68,99 % y un crecimiento de 6,57 puntos porcentuales. En tercer lugar, se posicionó Magdalena, destacándose Santa Marta, con una ocupación mensual de 66,15 % y crecimiento de 10,56 puntos porcentuales. Otros destinos con importantes crecimientos fueron: Boyacá (+11.09 p.p.), Nariño (+6.85 p.p.), Antioquia (+5.55 p.p.) y Quindío (+4.97 p.p.).

Bogotá logró un crecimiento importante, considerando que se trata de un destino con alta vocación corporativa, con lo que se ubicó en 51,99 % y un crecimiento de 3,57 puntos porcentuales.

En la región de Norte de Santander la innovación facilita a las empresas la entrada a nuevos mercados ofreciendo productos y servicios más económicos y accesibles en base a la tecnología actual en el país, logrando posicionamiento y competitividad. Asimismo, la crisis ha ayudado a que los empresarios de la región se reinventen y proyecten en el mercado nacional oportunidades de negocios desarrollando mejoras en los servicios que ofrecen al público.

La ciudad ha recibido importante inversión hotelera con la llegada del Holiday Inn Cúcuta, así como el Hampton By Hilton Cúcuta, y el Ibis, hoteles éstos de talla mundial que se suman a los ya posicionados y conocidos en este municipio, que hacen más competitiva la oferta y comprueban con su presencia que se avizora una demanda de turistas sin antecedentes a la cual le apuestan este tipo de inversionistas. Igualmente se vienen abriendo un considerable número de restaurantes, locales comerciales, y otros servicios complementarios de turismo, así como marcas y franquicias nacionales e internacionales, que hacen aún más atractiva la ciudad.

El turismo ha evolucionado en la ciudad de Cúcuta para poder suplir las demandas de un cliente cada vez más exigente y selectivo, en el sector hotelero la innovación es un aspecto fundamental ya que les podría garantizar una ventaja competitiva en el turismo.

La aplicación de la innovación y la tecnología en el sector turístico y hotelero no es tan lejana, es algo que ya está aquí, y parece que está dispuesta a quedarse. La geolocalización, la animación 3D, la interactividad en las redes sociales o mapas de hotel interactivos es realidad virtual aumentada que se está implantando en los hoteles; y, por tanto, ya estamos ante un nuevo paradigma. Una innovación exitosa es aquella que devuelve la inversión original en su desarrollo, además de algunos ingresos adicionales.

Según (Martínez-López & Vargas- Sánchez, 2013) existen factores determinantes del nivel de innovación y su incidencia en los resultados empresariales, estos son: “variables

centradas en la misión, variables centradas en los factores externos, variables centradas en la implantación de la estrategia, variables centradas en la formulación de la estrategia, variables centradas en los factores internos”. Por lo cual al desarrollarse en las empresas hoteleras podría tener un impacto significativo como también en la región.

La presente investigación se enfoca en estudiar los principales factores de innovación en los hoteles que buscan la mejora en la calidad de sus servicios para que no haya un estancamiento en el sector hotelero.

Se realizó una investigación con el fin de identificar los factores que inciden o hacen parte del proceso de innovación de los hoteles en la ciudad de Cúcuta, esto buscando mejoras en los procesos y servicios que ofrecen dichos hoteles de la ciudad, por la búsqueda de servicios turísticos innovadores y de calidad por parte de todo tipo de turista.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál es el impacto que genera la innovación en el sector hotelero en la ciudad de Cúcuta frente al estado actual de la demanda regional?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar el estado actual de la innovación en el sector hotelero de la Ciudad de Cúcuta.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Estudiar las innovaciones aplicadas en el sector hotelero en la ciudad de Cúcuta.
- Caracterizar los elementos de la innovación que inciden en el sector hotelero.
- Proponer una estrategia de innovación alternativa para el mejoramiento sostenible del sector hotelero de la Ciudad.

1.5 Justificación

El presente proyecto se realizó con el fin de profundizar en el conocimiento del proceso de innovación en la industria hotelera, y así mostrar las pautas de funcionamiento de las actividades de innovación dentro del mismo.

Como objetivo de la elaboración de este proyecto es convertirse en conocimiento sobre de la innovación dentro de un sector de gran relevancia en la economía Cucuteña y con fuerte necesidad de innovar no solo en la implementación de tecnología si no también generar nuevas estilos para la prestación del servicio, ya que la cadena productiva del sector tiene un gran espacio de cobertura de diversos servicios complementarios como por el ejemplo el servicio de restaurante, guía turística, gimnasios, entre otros.

La ciudad de Cúcuta y su sector hotelero han tenido grandes cambios debido a que en la ciudad se están realizando diversos eventos, reuniones de agremiaciones y llegada de turistas extranjeros, lo cual favorece la ocupación en los hoteles ya que se tiene llegada constante de visitantes a la ciudad, que prefiere instalaciones con más comodidades para el hospedaje.

El sector hotelero a lo largo de los últimos años ha sido uno de los más representativos en el país, ya que Colombia ha tenido un fuerte crecimiento en este ámbito por su turismo nacional e internacional. La ciudad de Cúcuta por su parte ha visto un fuerte aumento de visita de ciudadanos de Venezuela los cuales han tomado la ciudad como un puente de paso para realizar actividades de compras, salud o simplemente como un punto de tránsito para seguir su destino, lo cual ha favorecido para la llegada de diversas cadenas hoteleras internacionales a la ciudad.

Los avances tecnológicos son cada vez más usados en la prestación de servicios hoteleros, estos generan comodidad, agilidad y seguridad a los usuarios a la hora de adquirir este servicio, porque por medio del uso de la tecnología se agilizan los procesos como, por ejemplo,

cuando se realiza el registro en el hotel se puede hacer este trámite por medio de aplicaciones por medio de dispositivos móviles lo cual ahorra tiempos de espera en el momento de llegada a las instalaciones del hotel.

Los actuales mercados exigentes y complejos, demandan gran diversidad de productos y servicios con períodos de vida más cortos, generan la aparición de competidores agresivos (Suárez, 1994), donde algunos indican “que la innovación es un factor crítico para responder y enfrentar el dinamismo del entorno; además, se considera como el elemento fundamental para lograr el éxito empresarial” (González, 2007)

Para la ejecución de este proyecto se buscó estudiar las innovaciones que se han aplicado al sector en la ciudad de Cúcuta, y también se caracterizó los elementos de la innovación, para analizar e identificar las empresas que están teniendo éxito con el empleo de la innovación en sus diversos procesos.

1.6 Alcance y Limitaciones

1.6.1 Alcances

En el presente estudio se exploró las actividades de innovación realizadas por el sector hotelero en la ciudad de Cúcuta, se analizó el impacto que tiene sobre el sector incluyendo la investigación de la industria, su construcción u obra y servicios que ofrecen.

1.6.2 Limitaciones

Como referencia para la valoración de las actividades de innovación las investigadoras se limitaron geográficamente a los hoteles cucuteños

1.7 Delimitaciones

1.7.1 Espacial

El proyecto propuesto se llevó a cabo en las innovaciones de los hoteles del área de Norte de Santander, Cúcuta.

1.7.2 Temporal

El intervalo de estudio para la presente investigación comprendió un total de 4 meses, dentro de los cuales se dio respuesta a la problemática y objetivos ya planteados.

1.7.3 Conceptual

El presente proyecto se realizó con el fin de profundizar en el conocimiento del proceso de innovación en la industria hotelera, y así mostrar las pautas de funcionamiento de las actividades de innovación dentro del mismo.

2 Marco Referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 *Antecedentes Internacionales*

A continuación, se mostrarán un ejemplo de desarrollo de la innovación internacional ya que es uno de los aspectos que más interés tiene en el sector empresarial turístico por las amplias ventajas que brinda, particularmente en hoteles.

Las nuevas tendencias empresariales se caracterizan por mercados más exigentes y complejos que requieren mayor diversidad de productos y servicios, con períodos de vida más cortos y competidores más agresivos (Suárez, 1994), donde el principal reto de las organizaciones consiste en pasar de un ambiente previsible, a uno de alta incertidumbre; de un mundo cerrado y protegido, a uno abierto; de una empresa cuya rentabilidad dependía de factores externos, a una auténticamente competitiva (Pérez, 1991).

Existe un importante vínculo entre la tecnología y la innovación dado que la primera es una herramienta que favorece el desarrollo de innovaciones, además la tecnología es la fuente de ventajas sobre las cuales descansa la adopción en la empresa de una orientación hacia la innovación. Por tanto, la tecnología queda a juicio de los innovadores, asociada directamente al mercado y por tanto a la empresa, la cual se encuentra en contacto directo con el mercado, y es la conocedora de las necesidades y preferencias de los consumidores. Esto pone de manifiesto la importancia de las empresas como el principal agente innovador de una economía (Lozada, 2013).

La tecnología hotelera y en general en muchos de los sectores, está teniendo un avance más rápido de lo que todos esperamos, cada vez, cada proceso se realizará de manera más automatizada y lo que desafortunadamente generará la eliminación de muchos empleos a nivel

mundial, por lo que a continuación daremos a conocer el caso de ALOFT HOTELS, según NOBBOT indica lo siguiente: “Uno de los hoteles que más han apostado por el uso de la tecnología para atraer a clientes es el Aloft Cupertino de California. Lo visto en el cine se hace realidad con la presencia de un robot mayordomo que está pendiente de nuestras necesidades. Se llama ALO Botlr y lo mismo te entrega los amenities en la habitación que te lleva la toalla a la piscina. Si se desea dejar una propina, ésta se da en forma de tweet, con el hashtag #meetbotlr, que se puede escribir en su pantalla táctil.”. (Martínez, 2016)

Concluyendo en este hotel el empleado que suele hacer este tipo de tareas dentro del hotel, llega a ser reemplazado por un robot, quien es mucho más ágil y tiene menos margen de error al realizar las tareas asignadas, así que, este es solo una parte del gran avance tecnológico que el sector está teniendo y seguirá cada día en desarrollo.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Colombia, un país donde la actividad hotelera se ha convertido en una de las más dinámicas para la economía en la última década (Revista Portafolio, 2015) los inicios de la hotelería se dan de manera informal, con el fin de atender situaciones comerciales, políticas, culturales o religiosas de viajeros, comerciantes y arrieros. Riveros (1998) afirma que a comienzos del siglo 19 los ríos eran la única vía de enlace comercial entre algunas regiones, razón por la cual se ubicaron los primeros hoteles alrededor de estos; el primero en la hotelería colombiana fue el Hotel América, ubicado en Honda desde el año 1889, sin embargo, el primer hotel considerado de lujo se fundó en el año 1921, el Hotel Regina adaptó varios rasgos de los hoteles ingleses en la época. Con el paso del tiempo, la industria hotelera empezó a tener alta participación en el país, según Jaramillo (2006) “Hacia finales de los sesenta, Colombia era el

país suramericano con el crecimiento turístico más acelerado en la región, alcanzando tasas que se sostuvieron por encima del 17% anual por más de un decenio”.

Una de las ciudades con mayor demanda turística es la capital de Bogotá, para ello algunos de los hoteles más innovadores tecnológicamente prestan un servicio exclusivo como lo son los hoteles Daan; el cual ha invertido más de 30 Millones de dólares en remodelaciones tecnológicas y servicios de atención única y moderna, posicionándose como uno de los mejores y más cotizados, en especial en la ciudad de Bogotá, remodelando constantemente la estructura del hotel tanto externa como interna (habitaciones, baños, salones para eventos, lobby, bares, business center, rediseño de espacios, mobiliario, además de redes eléctricas y cableadas insonorización de ventanas, especificaciones acústicas, retardantes de fuego y cerraduras electrónicas); ofreciendo a su paso un servicio de calidad optimizando varios procesos los cuales agilizan las necesidades de los turistas cumpliendo con las normas, lineamientos, sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente.

Colombia es un país en proceso de desarrollo, por ello el nivel de tecnología no solo a nivel hotelero no es completo y del todo avanzado; pues las grandes cadenas hoteleras a nivel mundial y posicionadas en Colombia son quienes implementan nuevos métodos y nuevas tecnologías esto con el fin de impulsar el turismo y la demanda de dichos hoteles; la ciudad de Bogotá está atrasada en muchos aspectos como lo podemos notar en comparación a los hoteles del resto del mundo.

Como ejemplo de lo anterior al país llega el robot Thalón que tiene las características de hacer labores para los huéspedes como ‘room service’ y servicio de lavandería.

El espectador ha anunciado sobre las características de Thalón que llega a agilizar las labores que muchos de los huéspedes no pueden realizar ya sea por cualquier motivo, gracias a

que en la parte superior tiene un par de puertas que, al abrirse, dejan ver un espacio refrigerado en el que se pueden almacenar productos como gaseosas, jugos, dulces y papas de paquete, entre otros, en su parte inferior se encuentran dos cajones en los que puede transportar alimentos como postres, desayunos, almuerzos y cenas. Y por último en su parte trasera alberga un espacio en el que el huésped puede colgar la ropa que desee enviar a la lavandería.

2.1.3 Antecedentes Locales

Desde los años 80, cuando empieza la historia empresarial en la ciudad de San José de Cúcuta, se ha visto cómo al pasar de los años el comercio de la ciudad ha ido evolucionando y se ha vuelto cada vez más competitivo. En la ciudad, se quiere promover a través de programas un plan de desarrollo turístico recibiendo inversión hotelera de talla mundial que se suman a los ya posicionados y reconocidos en este municipio. El turismo ha evolucionado en la ciudad de Cúcuta para poder suplir las demandas de un cliente cada vez más exigente y selectivo, en el sector hotelero la innovación es un aspecto fundamental ya que les podría garantizar una ventaja competitiva en el turismo.

Dentro de la Competitividad e Innovación para la Sostenibilidad se realizó un encuentro de Competitividad e Innovación organizado por CENS, en el Hotel Holiday Inn en Cúcuta.

El encuentro se desarrolló con la apertura realizada por el Gerente de CENS, José Miguel González Campo, quien compartió con los espectadores las actuaciones de la electrificadora en torno a la sostenibilidad y las estrategias de responsabilidad social empresarial realizadas en toda la región.

El Hotel Casa Blanca es uno de los que se ha guiado por la innovación sostenible y ecológica, implementando paneles solares para controlar la temperatura del agua, con registro Nacional de turismo N° 3894., comprometiéndose con la preservación del medio ambiente y el

desarrollo sociocultural de la región, lo que la hace una empresa con alto grado de responsabilidad social.

Otro ejemplo de innovación en la ciudad es el conocido hotel, Hotel Casino Internacional by Sercotel, ofreciendo una amplia gama de servicios e instalaciones, su mayor servicio es la prestación de salas o salones para la presentación de negocios o eventos, cuenta con 5 salones con aforo máximo de 700 personas, dotados con los más modernos equipos de audio, y video, un espacio ideal para todo tipo de eventos en Cúcuta.

2.2 Marco Teórico

A continuación, se presentan en profundidad los distintos enfoques y teorías sobre los que se sustenta el modelo propuesto en esta investigación.

Para este proyecto de investigación, se usó como guía lo planteado en el Manual de Oslo sobre innovación y los cuatro tipos de innovación (producto, proceso, organizativa y marketing).

El Manual de Oslo ha sido realizado conjuntamente por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y EUROSTAT (Oficina Europea de Estadística), en el cual destaca lo siguiente:

Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología.

Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación. Se consideran tanto las actividades que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad. La innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes. (OCDE Y Eurostat, 2006) p.44

A su vez el Manual de Oslo da a conocer los cuatro tipos de innovación que son y los define así:

- Innovación en Producto: es la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o en sus usos posibles. Este tipo de innovación incluye mejoras significativas en las especificaciones técnicas, los componentes o materiales, el software incorporado, la ergonomía u otras características funcionales.
- Innovación de Procesos: es la introducción de un método de producción o de distribución nueva o significativamente mejorada. Incluye mejoras significativas en técnicas, equipo o software.
- Innovación Organizativa: es la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas de la empresa.
- Innovación de Marketing: es la introducción de un nuevo método de mercadotecnia que implica cambios relevantes en diseño o packaging de producto, en el emplazamiento, y en la promoción o fijación del precio. (OCDE y Eurostat, 2005) p.51

A lo largo del tiempo el turismo se ha contemplado dentro de diferentes contextos y ha cobrado un papel muy importante a través de la historia, pues este se ha visto afectado por las motivaciones y necesidades del ser humano. La definición contemporánea del turismo no solo ha sido un tema de confrontación y debate, sino que además ha sido motivo de grandes investigaciones desde distintos campos, basándose en diferentes nociones teóricas del turismo.

“El cambio de la noción que se tiene sobre turismo ha evolucionado, desde su interpretación como un hecho económico, pasando por su caracterización como un hecho humano hasta llegar a las complejas teorías actuales donde se le estudia a partir de los aportes de la sociología, la psicología y la economía política.” (Jiménez, 1986)

El concepto turismo ha estado relacionado especialmente a los momentos de recreación y una actividad que implica dejar al lado la rutina normal y el lugar habitual de vivienda para realizar actividades de ocio y de descanso, pues este hecho es el que demarca la diferencia para que una actividad sea concebida como turismo.

Según (Martinez-Lopez & Vargas- Sanchez, 2013) “existen factores determinantes del nivel de innovación y su incidencia en los resultados empresariales, estos son: variables centradas en la misión, variables centradas en los factores externos, variables centradas en la implantación de la estrategia, variables centradas en la formulación de la estrategia, variables centradas en los factores internos”. Por lo cual al desarrollarse en las empresas hoteleras podría tener un impacto significativo como también en la región.

La relación entre el grado de competitividad y la tecnología implementada en las actividades económicas, resulta clave en el contexto actual. Sin duda, priorizar el diseño y la aplicación de herramientas asociadas a la ciencia y la tecnología impacta de manera directa y positiva al crecimiento de las empresas. Esto, se sustenta en el hecho de que al hacer un uso

apropiado de tales herramientas se posibilita el ahorro de tiempo y recursos, situación que se traduce en una disminución de costos y también, en muchos casos, en la capacidad de ejercer un mayor control y seguimiento sobre los resultados obtenidos.

Teniendo en cuenta lo anterior y tras identificar la necesidad latente en el sector turístico y hotelero del país, de avanzar en la superación de las barreras que impiden su desarrollo específicamente en el contexto tecnológico, la Asociación Hotelera y Turística de Colombia – Cotelco ideó el Plan Estratégico de Innovación y Desarrollo Tecnológico del Sector Hotelero, a través del cual se identificarán las principales tendencias, brechas, retos y oportunidades que tiene el sector en materia de adopción de TIC, sumado a la creación de un instrumento de medición que desembocará en un diagnóstico y evaluación de las empresas dedicadas a las actividades de alojamiento y hospedaje en el territorio nacional.

2.3 Marco Conceptual

Innovación: La innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado. Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado.

Sostenibilidad: se refiere a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

Geolocalización: La geolocalización consiste en la localización de una persona, objeto, empresa, evento, en un lugar geográfico exacto (normalmente representado por un mapa en la web) determinado por unas coordenadas. Éstas provienen generalmente de satélites, aunque se pueden conseguir también por medio de otros dispositivos como las torres de telefonía móvil.

Dinamismo: Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.

Entorno: Conjunto de circunstancias o factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean una cosa o a una persona, colectividad o época e influyen en su estado o desarrollo.

Amenities: Son productos que se ofrecen para los clientes en los hoteles. Este tipo de productos van desde el gel de baño, champú, peines, kits dentales, jabones o set de afeitado hasta amenities más exclusivas como pueden ser zapatillas, albornoz, bolígrafos, limpia zapatos, etc.

Lobby: Se conoce como recibidor o lobby (aunque también en algunos casos se emplean los términos vestíbulo, hall o antesala) al salón de espera de un hotel inmediatamente contiguo a la entrada.

Tendencias: Proceso de cambio en los grupos humanos, que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos y servicios.

A continuación, se muestran algunas definiciones de innovación planteadas por diversos autores.

Tabla 1: Definiciones sobre Innovación en el sector hotelero.

Autor	Definición
(OCDE y Eurostat, 2018)	“Una innovación es un nuevo o mejorado producto o proceso (o una combinación de ambos) que difiere significativamente de productos o procesos previos de la unidad institucional y que ha sido puesto a disposición de potenciales personas usuarias (producto) o implementado en la unidad institucional (proceso).”
(OCDE y Eurostat, 2018)	“Una empresa innovadora, en cuanto a producto/proceso, es una empresa que ha introducido un nuevo producto o proceso, o a lo mejorado significativamente, durante el periodo en estudio.”

(OCDE y Eurostat, 2018)	“Una innovación de organización es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas de la empresa”
(OCDE y Eurostat, 1997)	Se refiere a la publicación de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) con el título "Medición de las Actividades Científicas y Tecnológicas. Directrices propuestas para recabar e interpretar datos de la innovación tecnológica.
(Norma UNE 166000, 2002)	“Actividad cuyo resultado es la obtención de nuevos productos o procesos, o mejoras sustancialmente significativas de los ya existentes.”
(Rodríguez Antón, 2009)	“La tendencia del sector hotelero se aborda la problemática demanda de todo aquello que rodea a dichas empresas como son los destinos, la calidad, los estilos de vida, la planificación territorial, el desarrollo local, el ocio y tiempo libre, los idiomas y la legislación específica de la contratación y del consumo en el Sector Turismo”
(Drucker, 2004)	“Las innovaciones eficaces comienzan pequeñas. No son grandiosas.”
(Instituto Tecnológico Hotelero, 2013)	Se podría considerar también la «innovación ad hoc», que parece desempeñar un papel especialmente importante en las empresas de servicios intensivas en conocimiento, como consultorías o ingenierías. Se define como la construcción interactiva de una solución (por ejemplo, estratégica, organizativa, social o legal, entre otras) adecuada a un problema particular planteado por un cliente. Este tipo de innovación no es reproducible como tal, pero sí es aprovechable en parte mediante la codificación y formalización de la experiencia y competencia adquirida
(Martinez-Lopez & Vargas-Sanchez, 2013)	“Existen factores determinantes del nivel de innovación y su incidencia en los resultados empresariales, estos son: variables centradas en la misión, variables centradas en los factores externos, variables centradas en la implantación de la estrategia, variables centradas en la formulación de la estrategia, variables centradas en los factores internos”
(Buesa Blanco & Morelo)	“Los hoteles grandes pueden ofertar una mayor escala

Zayas, 1996)	de servicios y proveer a una mayor variedad de clientes simultáneamente. En las decisiones de innovación, tecnología, tamaño es relevante en la medida que estas dependen del tamaño del establecimiento.”
(Hamel & Breen, 2008)	Define la innovación administrativa como cualquier cosa que modifique sustancialmente la manera como se administra, o que modifique ostensiblemente las formas habituales de organización y, con ello, promueva los fines de la empresa. En otras palabras, la innovación administrativa modifica la manera como los gerentes hacen lo que hacen para mejorar el desempeño de la organización

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

2.4 Marco Contextual

Actualmente, Colombia goza de reconocimiento mundial como un país que ha sabido llevar la resiliencia en turismo a su punto más alto, por su capacidad de sobreponerse a circunstancias difíciles y adversas. En palabras del secretario general de la Organización Mundial del Turismo, “Colombia es un país con un futuro maravilloso, que está en el mapa del turismo mundial, donde en los últimos años ha generado grandes inversiones en infraestructura turística, en la calidad de los productos que ofrece y en el desarrollo del capital humano para atender al sector

Según datos de la Organización Mundial del Turismo – (OMT, 2013), el sector turístico ha llegado a representar cerca del 9% del PIB mundial y es responsable de uno de cada once puestos de trabajo de muchos países tanto desarrollados, como en vía de desarrollo. Según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, estos indicadores traducidos en cifras pronostican que durante los próximos diez años el sector turístico crecerá un 4,4 % anual frente a un 3,5 % del PIB mundial y generará en 2024 más de 11 billones de dólares y 75 millones de nuevos puestos de trabajo.

Cúcuta, oficialmente San José de Cúcuta, es un municipio colombiano, capital del departamento de Norte de Santander. Se encuentra situado en el noreste del país, en el Valle homónimo, sobre la Cordillera Oriental de los Andes, y frente a la frontera con Venezuela. Cúcuta cuenta con una población aproximada de 650 mil habitantes. (Tasa de Crecimiento población Cúcuta 2020). Como capital del departamento, alberga los órganos gubernamentales del orden departamental como la Gobernación de Norte de Santander y la Asamblea de Norte de Santander. El municipio es cabecero del Distrito Judicial de Cúcuta, por lo cual es sede del Tribunal Superior de Cúcuta, el Tribunal Administrativo de Norte de Santander, el Consejo Superior de la Judicatura Seccional Norte de Santander y la fiscalía general Seccional Norte de Santander.

En Cúcuta se inauguró el sector hotelero con el hotel: Hotel Europa ubicado en la Calle 13 Av.6a., y el Hotel Universal. Popular hotel ubicado frente al Parque Santander.

“Cifras recientes de ANATO dan cuenta de un crecimiento significativo de las habitaciones de hospedaje turístico a nivel nacional gracias a la apertura de numerosos hoteles de prestigiosas cadenas internacionales, nacionales e incluso un aumento en la frecuencia de vuelos y empresas de transporte aéreo que hacen presencia en Colombia”, (El Tiempo, 2014) lo cual, sin lugar a dudas, constituye un indicador para promover en la región norte santandereana la necesidad de ampliar las rutas, frecuencias y paquetes turísticos bajo la estrategia de una oferta turística integral que incluya los negocios, el turismo de salud y el ecoturismo sustentable con las propuestas de parques temáticos y turismo ecológico en la variada oferta paisajística de los municipios del Departamento, especialmente ante los anuncios recientes del Ministerio de infraestructura de inversión en vías de cuarta generación para interconectar al Departamento con

el centro del país, y la llegada de nuevas cadenas hoteleras a la ciudad de Cúcuta como son Holiday Inn, Ibis y Hampton Hilton, como se citó por , (Guerrero & Espinosa, 2017)

2.5 Marco Legal

Decreto 1074 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.

El sector turístico del país, en virtud del artículo 5° de la Ley 1558 de 2012, implementó las Normas de las Unidades Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible (NTS-TS 002), las cuales son de carácter obligatorio. Así, la tendencia sostenible pasó de ser tendencia a ser ahora una norma en el país para los hoteles.

Ley 1101 de 2006. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Ley 1286 de enero 23 de 2009. Por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 1101 de 2006. Se enfoca en mejorar la competitividad e incrementar la promoción del turismo colombiano, con el fin de consolidar al país como un destino turístico competitivo a nivel mundial, a través del aprovechamiento de las ventajas comparativas existentes y la coordinación de acciones entre la nación y las diferentes entidades territoriales (MinComercio, 2014).

3 Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

La investigación planteada es de tipo mixta, combinando los enfoques cualitativo y cuantitativo en un mismo estudio. Se basa en un estudio cuantitativo que nos ofrece unos resultados llamativos en sus variables y que afecta a una determinada franja de población, se utilizó posteriormente un estudio cualitativo en esa franja poblacional para comprender mejor el fenómeno.

En lo referente al análisis, se definieron las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis-síntesis), o estadísticas (descriptivas o inferenciales), que fueron empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados.

3.1.1 *Investigación Cualitativa*

“El objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven.” (Taylor & Bogdan, 1984).

Se realizaron técnicas de investigación cualitativa como entrevistas a profundidad a gerentes de algunos establecimientos hoteleros con el fin de recolectar información de primera mano para la base de esta investigación.

3.1.2 *Investigación Cuantitativa*

“La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables y estudia las propiedades y fenómenos cuantitativos.” Según (Taylor & Bogdan, 1984).

Se realizaron técnicas de investigación cuantitativa como encuestas mediante preguntas estandarizadas que midió las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos

conocimientos adquiridos directamente de los administrativos o del personal de los hoteles encuestados.

3.2 Variables

Dentro de la presente investigación se tuvo en cuenta las siguientes variables que hacen parte del tema central del proyecto sobre la innovación en el sector hotelero. Estas variables a su vez, cuentan con unos indicadores que hacen deben ser tenidos en cuenta en el desarrollo de los objetivos específicos planteados.

Tabla 2. Variables e indicadores del proyecto.

Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica
Estudiar las innovaciones aplicadas en el sector hotelero en la ciudad de Cúcuta.	Innovación	Servicios	Definición	Revisión documental
		Proceso	Contexto	
		Mercadotecnia	Desarrollo de cada dimensión	
		Organización	Aplicación de cada dimensión en el sector hotelero	
Caracterizar los elementos de la innovación que inciden en el sector hotelero.	Caracterización de los tipos de innovación	Servicios	Medición de los tipos de innovación en cada sector	Encuestas y entrevistas a la administración de, hotel de la muestra planteada
		Proceso		
		Mercadotecnia		
		Organización		

Proponer una estrategia de innovación alternativa para el mejoramiento sostenible del sector hotelero de la Ciudad.	Hallazgos	Servicios Proceso Mercadotecnia Organización	Hallazgos resultantes de los indicadores de la innovación y diseño de estrategias propuestas basadas en la innovación del sector hotelero: Servicio, Procesos, Mercadotecnia y organización.	Revisión documental
--	-----------	---	--	---------------------

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

La población que se entiende como todos los elementos que intervienen en una investigación para llegar a una conclusión en determinado estudio, para (Morles, 1994) “La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación”, todos los elementos que se encuentre en la población tienen la posibilidad de hacer parte de la investigación.

Según la Cámara de Comercio de Cúcuta, la población cuenta con 221 hoteles según su actividad económica.

3.3.2 Muestra

La muestra son aquellos elementos que se extraen de la población que participan en la investigación, según (Arias, El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica, 2006) “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”, estos elementos son los que nos darán resultados y serán la representación de toda la población que se desea investigar.”

Para esta investigación la población cuenta con 221 hoteles de actividad económica según fuente Cámara de Comercio de Cúcuta, con ellos se hallará el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde,

N = tamaño de la población = 221 hoteles

$Z^2 =$ nivel de confianza 90% (1,65)

$p =$ probabilidad de éxito, o proporción esperada 50% (0.5)

$q =$ probabilidad de fracaso 50% (0,5)

$d =$ precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). 10% (0,10)

$$n = \frac{221 * 1,65^2 * 0.5 * 0.5}{(0.10)^2 * (221 - 1) + (1.65)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{150.41812}{2.880625}$$

$$n = 52,21 \approx 52 \text{ hoteles.}$$

3.4 Tipo de Muestreo

3.4.1 Muestreo Aleatorio Simple

Para el desarrollo de este proyecto y la realización de la encuesta se usó el muestreo aleatorio simple que según (Ochoa, 2015) “el muestreo aleatorio simple es una técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo - y que por lo tanto están incluidos en el marco muestral - tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra” lo cual nos indica que cualquiera de los hoteles de la población puede ser seleccionado para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

3.5 Instrumentos para la Recolección de la Información

Se utilizaron las fuentes primarias, que proveen evidencia relacionada con el tema central de la investigación y brindan testimonios, opiniones basadas en experiencias o vivencias, conocimientos del tema. Para esto se realizaron encuestas al personal directivo o gerentes de diferentes hoteles con tendencias de innovación, con el fin de obtener una perspectiva en cada una de los objetivos a investigar.

Las fuentes secundarias, que complementan la información. El proyecto se basó en los datos estadísticos proporcionados por la Cámara de Comercio, DataCucuta, COTELCO, y la referencia acerca del tema de los diferentes diarios de la ciudad y el país entre los que se encuentran diario La Opinión; revistas como El Estímulo, Semana, Dinero, entre otros también los repositorios universitarios. Adicionalmente, se realizaron análisis con temas referentes al sector en páginas web.

3.5.1 Encuesta

Para (Trespacios, Vázquez, & Bello, 2005), “las encuestas son instrumentos de investigación cuantitativa que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo”, con este concepto se denota que la encuesta debe contener sólo las preguntas pertinentes y con respuestas concisas para recolectar la información adecuada.

Para el presente proyecto, se realizó el diseño de una encuesta dirigida a los gerentes o directores de los hoteles que serán elegidos mediante la identificación de la muestra. La encuesta se planteó abarcando las variables de la innovación según el Manual de Oslo (Procesos, servicios, mercadotecnia y organización) (Ver anexo A). La encuesta consta de una primera parte de identificación del hotel (lo que permitirá clasificar o categorizar al hotel) y una segunda parte que cuenta con 8 preguntas cerradas con algunas opciones de respuesta para que fuese más fácil la comprensión de los administradores que van a desarrollarla.

Las preguntas están enfocadas a extraer la información requerida de cada una de las variables de la innovación, la clasificación de las preguntas se realizó de la siguiente manera:

Tabla 3. Preguntas encuesta

PREGUNTAS	VARIABLE	INDICADOR
1 a la 2	Servicios	Innovación en los servicios prestados
3 a la 4	Procesos	Innovación en los procesos internos
5 a la 6	Mercadotecnia	Innovación en el mercadeo
7 a la 8	Organización	Innovación en la organización del hotel

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

3.5.2 *Entrevista*

Para el desarrollo de la presente investigación, también es necesario aplicar una entrevista como instrumento de recolección de información, la cual puede definirse como:

La entrevista permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad. Se considera una técnica muy completa. Mientras el investigador pregunta, acumulando respuestas objetivas, es capaz de captar sus opiniones, sensaciones y estados de ánimo, enriqueciendo la información y facilitando la consecución de los objetivos propuestos.

(Murillo Torrecilla)

La entrevista desarrollada para este proyecto, consta de 4 preguntas abiertas las cuales están enfocadas en conocer a fondo la innovación de cada hotel en cada una de las variables de innovación estipuladas según el Manual de Oslo (Ver Anexo B)

En este proceso se categorizaron los hoteles según los precios del hospedaje por una noche en acomodación doble ya que la clasificación prevista en la Norma NTS-006 en la cual clasifica a los hoteles por estrellas no puede ser aplicada en la ciudad debido a que pocos hoteles se encuentran certificados.

Tabla 4. Categorización de hoteles.

Categoría	Valor
Precio de la noche desde \$40.000 hasta \$80.000	4
Precio de la noche desde \$81.000 hasta \$100.000	5
Precio de la noche desde \$101.000 hasta \$150.000	5
Precio de la noche desde \$151.000 hasta \$200.000	5
Total	19 hoteles

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

3.5.3 *Técnicas de Análisis*

Las técnicas de recolección se definen según (Arias, El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica, 2014) como: Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos y define lo siguiente:

En este punto se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso.

En lo referente al análisis, se definieron las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis-síntesis), o estadísticas (descriptivas o inferenciales), que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados. (p, 111)

Definiendo cada uno de los pasos que se debe realizar para el análisis de toda la información recolectada y su debido manejo.

4 Contenido del Proyecto

4.1 Investigación de las Innovaciones Aplicadas en el Sector Hotelero en la Ciudad de Cúcuta

En este trabajo se desarrolló el tema de la innovación en el sector hotelero, frente a la realidad que se está viviendo a nivel mundial con ocasión a la pandemia del COVID-19, se inició dando una breve introducción sobre que es la innovación, los factores de la misma, teniendo como referencia el Manual de Oslo del año 2008, aunado este punto el siguiente ítem que se desarrolló fue que porcentaje de disminución ha tenido el sector hotelero a nivel internacional estudiando algunos países en específico como lo es Estados Unidos, España y Colombia, se analizó el impacto económico que ha representado esta pandemia específicamente a este sector y las medidas decretadas para el sector hotelero a nivel nacional, y se analizó que hoteles en la ciudad han aplicado la innovación, la innovación de algunos hoteles de la ciudad de Cúcuta. El primer punto que se desarrollo fue definir que es innovación según el Manual de Oslo y este manual lo define como la

Concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación. Se consideran tanto las actividades que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad (Eurostat, 2008)

Al analizar esta definición se puede inferir que debido a la realidad que se vive el mundo está pasando por una transición de una manera abrupta y se denota la necesidad de innovar ya que esta pandemia obligó a la mayoría de comerciantes, empresarios a tomar esta decisión de innovar, a cambiar, ir de la mano con los medios tecnológicos, para poder sobrevivir con sus negocios, pues debido a la pandemia de la COVID-19 y a la transformación de la realidad como se conocía, se hace necesario que todas las personas tengan el chip de innovar, los restaurantes tuvieron que innovar debido al aislamiento y a las medidas que ha tomado el gobierno nacional, para desacelerar el contagio de esta enfermedad, sumergirse en la era digital, prepararse para que pudieran seguir con sus actividades de manera virtual y así poder salvaguardar su vida y su actividad comercial.

A pesar de que poco a poco se ha hecho la reapertura en Estados Unidos es preocupante por lo que pasa con el sector hotelero, la facturación de los hoteles Hyatt se redujo un 60% en 2020, el RevPAR comienza a preocuparse; la cadena hotelera cerró el cuarto trimestre con pérdidas de US\$ 203 millones frente a US\$321 millones en 2019 (18 febrero 2021) el hotelería cerró el año con una disminución de 60% en los ingresos hasta US\$ 2.070 millones en todo el 2020

Estados Unidos ha sido durante muchos años uno de los países de más atracción a nivel mundial para ir a visitar, su tecnología, sus hoteles y como tal su desarrollo llama la atención a muchas personas, y por eso una gran parte de la economía del país la mantiene el sector turístico, se dice que debido a la decisión que tomó Joe Biden el Presidente actual de los Estados Unidos en permitir que las personas de todos los países puedan ir a vacunarse allí, se ha considerado, solo en Miami que aproximadamente 13 millones de turistas han ingresado a la Florida, y por ende han entrado aproximadamente 52 mil

millones de US, que a pesar de esta pandemia la economía no más en Miami que es un estado turístico está disparada. (Bonti, 2021)

Otro de los países que la gente desea conocer y cuenta con gran cantidad de turistas es España, hay recordar que el continente europeo fue uno de los que más registro muertes diarias por Covid-19 y que las medidas de restricción fueron tan severas que durante meses se obligó a cerrar todo tipo de establecimiento público y otro sector que fue golpeado fue el sector hotelero según el diario el país.

La crisis del coronavirus ha supuesto para el turismo una especie de fisura volcánica, una grieta de dimensiones considerables en la superficie de la que brota lava. Para el sector, la provocada por la pandemia no ha parado de expulsar magma y ha arrasado casi todo a su camino. Los números no dejan lugar a dudas, con caídas superiores al 75%: el ejercicio se cerrará con menos de 20 millones de llegadas de turistas extranjeros (83,5 millones el año anterior), cuyo gasto no llegará a los 20.000 millones de euros (frente a los casi 92.000 millones de 2019).” (Gutiérrez, 2020)

En Colombia. (Cotelco) que es la asociación Hotelera y Turística de Colombia, señalo al año 2020 como nefasto, debido al coronavirus, pues se registró los peores indicadores de toda su historia y del que todavía no puede recuperarse.

Según sus datos, la ocupación hotelera para el consolidado enero/diciembre de 2020 alcanzó apenas el 21,18%, lo que significa una **pérdida de 35,8 puntos porcentuales** respecto al mismo período de 2019, en el cual había alcanzado su máximo histórico (56,96%).

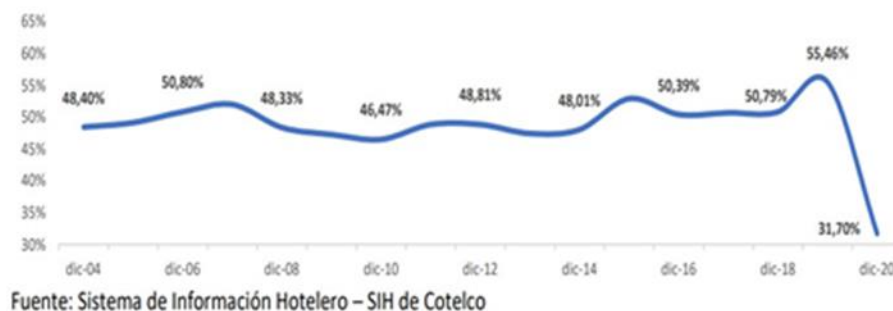


Figura 1. Comportamiento de la ocupación hotelera de diciembre de 2004 a 2020.
Fuente: Cotelco, 2021.

Al respecto, Gustavo Toro, presidente ejecutivo de Cotelco, aseguró:

La crisis generada por la expansión del COVID-19 a nivel mundial y, por supuesto, sus repercusiones en Colombia han dejado al descubierto la fragilidad del sector turístico y hotelero ante eventos de esta magnitud, traducido en una parálisis de su actividad productiva y, con ello, el drama de miles de familias que derivan su sustento de esta actividad”. Y es que los números con los que se arribó a fin de año permiten comprobar que existe una leve reactivación, aunque a ritmo lento. En diciembre se logró una ocupación del 31,7%, lo que significó una reducción de 23,8 puntos porcentuales por debajo de diciembre de 2019. En un análisis por regiones, Cotelco desatacó que el departamento de Magdalena y la ciudad de Santa Marta fueron los de mejor desempeño, con un nivel del 45,84%, resultado que se ubica por encima del promedio nacional (aun así, se encuentra por debajo del 66,15% de diciembre del año anterior). (COTELCO, 2021)

Por su parte, la región del Tolima y Alto Magdalena -con destacada performance de las ciudades de Melgar y Girardot- logró el segundo mejor resultado en ocupación para el mes de referencia, con un 43,57%. En tanto, el departamento de Santander fue el tercero, con un

39,51%; seguido de Cauca, con un 39,21%; el Meta, con un 37,95%; y Antioquia con un 37,37%.



Figura 2. Comportamiento ocupación hotelera anual (2016 al 2020).
Fuente: Cotelco, 2021.

Cartagena de Indias -uno de los mayores destinos turísticos del país, siempre muy demandado para la temporada de fin de año- logró apenas un 31,21%, es decir que perdió 37,8 puntos porcentuales.

Otro de los destinos clave, San Andrés también sufrió a finales de 2020 el impacto del huracán Iota, por lo que registró apenas un 25,63%, frente al 82,05% de diciembre de 2019. En cuanto al Norte de Santander, informaron que fue el destino con menor ocupación en el período, con un indicador de 22,6%; y, de igual forma, Nariño alcanzó tan sólo un 23,3%. Asimismo, Huila verificó un 26,95%; y Valle del Cauca, un 29,12%.

Y, por último, la entidad indicó que Bogotá tuvo en diciembre de 2020 menos de la mitad de la ocupación del mismo mes de 2019: un 24,66%, frente al 51,99% del año anterior. Pero los números rojos del hotelería de Colombia no terminan allí. Según Cotelco, la tarifa promedio disminuyó a nivel nacional en un 17,42%; y la rentabilidad (Revpar) bajó un 52,8% (COTELCO, 2021).

Como se muestra en los datos presentados por COTELCO, se puede ver como Norte de Santander tuvo una baja participación, siendo el destino con menor ocupación en el año 2020, esto afectando directamente a Cúcuta, debido a que es vista por los viajeros como un puente de paso para visitar otras poblaciones aledañas, para realizar diversos tipos de turismo, como lo es el turismo religioso que se realiza en municipio como Pamplona o Chinácota.

En 2021, (CARACOL, 2021) presenta la siguiente entrevista a “Amilkar Mired, director de Cotelco en Norte de Santander aseguró a Caracol Radio, las proyecciones tenemos una ocupación cercana al 30%, superior a los datos del año anterior, cuando registramos una ocupación del 20% debido a las restricciones por el pico de la pandemia en el departamento. Esperamos que pueda registrarse una dinámica diferente en este año, pero tenemos otros municipios como Chinácota y Pamplona, que tienen unas opciones diferentes, la idea es que vengan a Cúcuta y puedan desplazarse a estas poblaciones que ofrecen turismo religioso.”

Debido a la pandemia, la ciudad se vio muy afectada en cuanto a turismo, el departamento de Norte de Santander se basó solo en el turismo interno, siendo la ciudad visitada, en la mayoría, por personas del mismo departamento. Actualmente, las cifras que se presentan acerca del turismo se dan en conglomerado para todo el departamento, sin dar un aparte de la ciudad de Cúcuta.

La ciudad de Cúcuta actualmente, solo cuenta con veinte (20) hoteles afiliados a COTELCO, como lo son: Hotel Amaruc, Hotel Arizona Suites, Hotel Arrival, Hotel Artur Brich, Hostal Babilonia Boutique, Bianco Hotel Boutique, Hotel Boutique Colombia, Hotel BQuin Plaza, Hotel Casablanca, Hotel Casino Internacional, Hotel Chucarima, Hotel Exelsior, Hotel Fenix, Hotel Holiday Inn, Hotel Luxor, Hotel San Andres, Hotel Savac, Hotel Tonchala, Hotel Millenium Victoria Plaza, Hotel Zaraya.



Fuente: Nortecompite.org, 2021.

Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO Norte de Santander, entidad que agrupa y representa la industria hotelera en Norte de Santander. Contamos con hoteles afiliados en los municipios de Cúcuta, Villa del Rosario, Chinácota, Pamplona y Ocaña, representamos más de 1400 habitaciones instaladas en hoteles amplios, modernos, dotados de tecnología e infraestructura para organizar eventos corporativos, religiosos, académicos, feriales con excelentes espacios interiores, restaurantes y variados servicios complementarios, atendidos por personal altamente calificado en cada una de sus áreas, cumpliendo siempre con todos los protocolos de bioseguridad.” (NORTE COMPITE, 2021)

Como se muestra en la imagen, COTELCO asocia los hoteles del departamento, y no solo de la ciudad.

A su vez COTELCO, para apoyar a los hoteles del país, que por causas de la pandemia este sector se ha visto afectado, creo un buscador de hoteles llamado “Hoteles en Colombia”, en el cual las personas que visiten este sitio web pueden realizar reservaciones, también ver como son las habitaciones del hotel, descripción de su ubicación y áreas comunes de las instalaciones. Por el momento en este buscador solo se encuentran 6 hoteles de la ciudad como se muestra en la siguiente imagen:

Hoteles en Colombia

Inicio Hoteles **Bioseguridad** Destinos Promociones Iniciar sesión ES

Ordenar por: Precio de mayor a menor

Precio en pesos (COP)

- Menos de \$100.000
- Entre \$100.000 y \$200.000
- Entre \$200.000 y \$300.000
- Entre \$300.000 y \$400.000
- Más de \$400.000
- Todos

Tipo de alojamiento

- Albergue, refugio, hostel
- Alojamiento rural
- Apartahotel
- Boutique
- Centro Vacacional
- Hotel
- Vivienda turística

Ubicación / zona

- Playa
- Rural / Campestre
- Urbano

Destacados

- Desayuno
- Acepta tarjeta de crédito
- Tiene Parking
- Piscina

Hotel	RNT	Precio por noche
Hotel Arizona Suites	417	Desde \$163.800 COP
Hotel Blanco	71909	Desde \$85.000 COP
Hotel Exelsior	4346	Desde \$70.000 COP
Hotel Casa Blanca	3894	Desde \$171.000 COP
Hotel Casino Internacional	253	Desde \$175.960 COP
Hotel Zaraya	7570	Desde \$90.000 COP

Fuente: hotelesencolombia.travel, 2021.

El departamento y la ciudad de Cúcuta, hicieron participación en la vitrina turística de Anato (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo) 2021, en cual participan empresas del sector hotelero turístico del departamento en general, en la cual “el balance es positivo, todo se hizo bajo estrictos protocolos de bioseguridad, con agendamiento de citas virtual, logrando el 55 % de ese agendamiento mediante ese mecanismo, mientras que los prestadores de servicio hicieron un relacionamiento con los diferentes departamentos”, según Beatriz Vélez, consejera de agendamiento para el desarrollo turístico de la Gobernación de

Norte de Santander.” (citado en (La Opinión, 2021). La temática usada para el stand del departamento fue el Bicentenario del Congreso de Villa del Rosario de Cúcuta (1821-2021).

Como se puede observar, es evidente que el mundo no estaba preparado para una pandemia de esta magnitud, que lograr levantar la economía y ayudar al sector hotelero llevara de años, obligando a este sector a innovar a tomar medidas para que puedan seguir operando y es allí donde se ve evidenciada la Innovación, porque se hace un cambio en la prestación del servicio, no es como se conocía anteriormente, y es allí donde la tecnología empieza a jugar un papel importante, sin olvidar los protocolos de bioseguridad que son establecidos por el gobierno Nacional y que son indispensables para su funcionamiento, se puede decir que son como unas reglas de juego.

Como se indica a lo largo esta investigación sobre la innovación del sector hotelero y basándose en el manual de Oslo, se identifican algunos elementos pertenecientes a la misma los cuales son: los servicios, los procesos, el marketing y la organización, los cuales serán analizados posteriormente pero que deben ser observados en el ámbito internacional, nacional y regional, por lo cual se hará mención de los hoteles más innovadores iniciando de lo internacional, pasando por lo nacional y llegando a la parte regional y local, y donde se pueden evidenciar los diferentes elementos.

A nivel mundial existen 10 hoteles que se consideran son los más innovadores, algunos de ellos son:

4.1.1 Hoteles Internacionales

4.1.1.1 Hotel Kube, París.

El hotel Kube parece sacado de una película de ciencia ficción de los años 60, en su interior se encuentran detalles de alta tecnología. Como por ejemplo el sistema de música de sonido envolvente, que emana misteriosamente desde unos faroles rojos, además de contar con una PS3 Sony en cada habitación. Pero la verdadera innovación está en el sistema de entrada. Kube usa la tecnología biométrica de huella dactilar para que los huéspedes accedan a su habitación. (Inturea, 2020)



Fuente: Inturea, 2020.

4.1.1.2 Hotel 1000, Seattle.

Este hotel de Seattle recuerda a las películas retro de ciencia ficción que intentan imaginar un futuro lejano. Las tabletas Microsoft Surface, que controlas con apenas un gesto de la mano, son sencillamente impresionantes. Lo mismo que el escáner infrarrojo que le dice al personal de limpieza si estás o no en la habitación, prescindiendo de este modo de los cartelitos en la puerta. La innovación infrarroja también alcanza el control de la temperatura. (Inturea, 2020)

4.1.1.3 Bella Sky Hotel, Copenhagen.

Los amantes de la arquitectura y del arte disfrutarán visitando este hotel. El Bella Sky Hotel de Copenhagen está constituido por dos edificios que simulan ser una pareja bailando. Y, como no podía ser de otra manera, el Bella Sky ha llevado su modernidad y comodidades tecnológicas también al interior de las habitaciones de sus huéspedes. Todas las habitaciones del Bella Sky Hotel cuentan con sistemas Smart Home y televisores de última tendencia. (Inturea, 2020)



Fuente: Inturea, 2020.

4.1.1.4 The Peninsula Hotel, Tokio.

En cierto modo, podría recordar a la guarida de un villano de James Bond, pero el Península dice tener las únicas instalaciones de investigación y desarrollo de todos los grupos hoteleros del mundo.

El botón de Luz Nocturna ilumina un camino hacia el baño. En ese espacio, vas a encontrar un botón spa que baja las luces automáticamente, pone música tipo New Age y dispone el timbre del teléfono y el de la puerta en 'privado'. (Inturea, 2020)

4.1.1.5 Hotel Yotel, Nueva York.

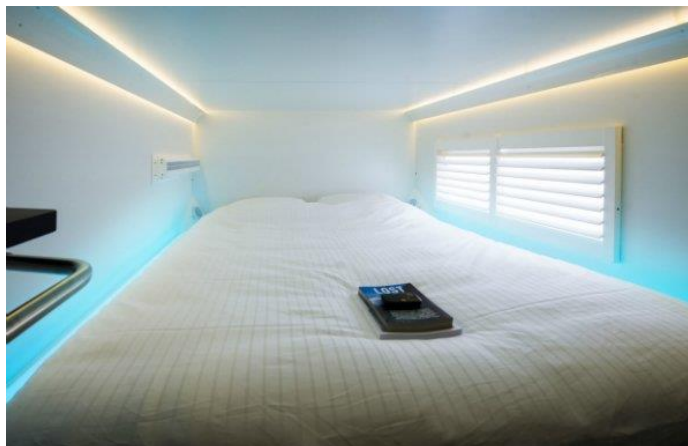
En Nueva York, el Yotel también cuenta con un servicio de maletas robotizado y una recepción sin personal, que parece más bien una terminal de aeropuerto. Quizá sea porque las habitaciones del edificio, ubicado en pleno centro de Manhattan, están inspiradas en modernas cabinas de aviones de lujo, que hacen a los huéspedes sentir que están en una nave y en otra época. (Inturea, 2020)



Fuente: Inturea, 2020.

4.1.1.6 Cityhub, Holanda.

El CityHub, localizado en Ámsterdam y en Rotterdam dispone de habitaciones-cabina que son controladas totalmente a través de una app. Con tu dispositivo móvil puedes controlar la música que suena en la cabina, el color de luz que quieres y su intensidad, la temperatura y mucho más. Además, cuenta con una pulsera RFID que te permite abrir la puerta de tu habitación y, lo más interesante, con ella puedes servirte tú mismo las bebidas y que se carguen directamente a tu cuenta. (Inturea, 2020)



Fuente: Inturea, 2020.

En Colombia se encuentran hoteles innovadores como

4.1.2 Hoteles Nacionales

4.1.2.1 Casas elevadas en Amacayacu, Leticia, Amazonas.



Fuente: Inturea, 2020.

En la Amazonía colombiana, en el denominado “Trapecio Amazónico” se encuentra la ciudad de Leticia, capital del departamento del Amazonas. Cerca de allí se ubica el Parque Nacional Natural Amacayacu, uno de los más importantes del país. Es uno de los más grandes atractivos ecoturísticos y ecológicos de la región, pues posee varios ecosistemas, incluyendo

selva de tierra firme, río y manglar. Además, sus tierras son el hogar de varios pueblos indígenas y de miles de especies de fauna y flora.

4.1.2.2 Decameron Aquarium, San Andrés.



Fuente: Inturea, 2020.

Este es uno de los hoteles más convencionales de la lista, pero vale la pena destacarlo por dos razones. En primer lugar, porque la Isla de San Andrés es uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia. En segundo lugar, porque su diseño, su ubicación y lo que ofrece hacen de este una muy buena opción para alojarse cuando se está en la isla.

El diseño del hotel se adecua perfectamente a la geografía del cayo, sobre el que está construido, con torres circulares en la parte más septentrional de la isla que dan una vista magnífica del mar Caribe. Cuenta con un muelle de madera largo que da a una piscina natural en la cual se puede nadar y practicar buceo y careteo. También se puede disfrutar la salida del sol, que en la isla de San Andrés es todo un espectáculo. ¡Aprovecha tu estadía en el acuario para hacer de tu visita a las islas de Colombia una experiencia inolvidable!

4.1.2.3 Casa Elemento, Santa Marta, Magdalena.



Fuente: Inturea, 2020.

En el Parque Nacional Natural Tayrona, ubicado en la Sierra Nevada de Santa Marta, se encuentran algunas de las playas más bellas del país. Es un espacio natural increíble, habitado por los indígenas Kogui, cuya mitología y cosmovisión afirman que este lugar es, de hecho, el centro del universo. Para ellos, la Sierra Nevada, con sus ríos, selvas y fauna es la madre que le da vida a todo.

Además de las comunidades Kogui, la Sierra Nevada también es conocida por albergar la famosa Ciudad Perdida, antiguas ruinas de una civilización extinta con grandes terrazas en piedra y a la que se puede acceder caminando. El plan de recorrerlo dura alrededor de tres días y es extenuante, sin embargo, aquellos que llegan hasta allá sienten gran satisfacción una vez que pueden admirar las majestuosas ruinas.

4.1.2.4 Casa Navegante de Toca, Boyacá



Fuente: Inturea, 2020.

Toca es un municipio ubicado en el centro geográfico del departamento de Boyacá. Su origen se remonta a la época precolombina y era regida por el Cacique Tocavita, de quien el pueblo obtiene su nombre. Con la llegada de los españoles el municipio se llamó Pueblo Grande y pasó a ser un centro agrícola y religioso importante en la región. Hoy en día sigue siendo una gran despensa de alimentos, pues aquí se cultiva gran cantidad de productos.

4.1.2.5 Bethel Desierto de la Tatacoa, Huila



Fuente: Inturea, 2020.

Finalmente, uno de los destinos más inusuales que te recomendamos es el desierto de la Tatacoa. Este lugar, el segundo desierto más grande del país después de la Guajira, es uno de los lugares más espectaculares de Colombia. Sus colores rojizo, ocre y gris le dan un encanto particular, mientras que sus grandes espacios abiertos han hecho de este un sitio ideal para conciertos de electrónica, que a menudo se llevan a cabo.

Es considerado uno de los mejores hoteles al sur del país y cuenta también con otro tipo de acomodaciones, como cabañas esculpidas en la roca. Estas cuevas de gran lujo y confort cuentan con su propio mayordomo y todos los servicios que un huésped pueda necesitar.

4.1.3 Hoteles Regionales

Norte de Santander ofrece muchos atractivos para quienes decidan visitarlo. Su importancia a lo largo de la historia de Colombia, incluso desde la época de la Colonia y el nacimiento de la República, está plasmada en varios hechos y monumentos históricos que pueden disfrutarse tanto en la propia capital, Cúcuta, como en los municipios de Ocaña y Pamplona, las otras dos ciudades que le siguen en importancia. Dando un vistazo a Chinácota un pueblo que se ha vuelto pionero en el turismo en esta región donde se refleja la innovación, en sus restaurantes y hoteles, que van en busca de enamorar los turistas con su naturaleza, su clima y explotando la biodiversidad que se puede encontrar en estos pueblos aledaños a la ciudad. Norte de Santander Naturaleza, historia, cultura y comercio conforman el gran abanico de atractivos nortesantandereanos para el turista. En sus páramos nacen numerosos ríos y quebradas que nutren diversos ecosistemas de montaña y valles, varios de ellos protegidos en los parques nacionales naturales de Tamá (en los municipios de Toledo y Herrán, zona suroriental del departamento) y de Catatumbo Barí (en Convención, El Carmen, San Calixto, Tibú y Teorama; norte y occidente del departamento).

4.1.3.1 Monte Gracia, Cabaña Suites.



Fuente: VisitCucuta, 2021.

Monte Gracia Wellness Hotel & Spa es un lugar donde podrás vivir una experiencia enriquecedora de bienestar físico, mental, y espiritual ubicado en el municipio de Chinácota – Iscala.

4.1.3.2 Glamping Sabor a Mi.



Fuente: VisitCucuta, 2021.

GLAMPING va a permitir contar con el disfrute de los espacios naturales, cultivos florales, vistas únicas a las montañas que nos rodean, temperaturas variadas, sonidos de aves

propias de la región y lo más importante estar más cerca de las estrellas. Allí vas a encontrar el contraste más cercano a la Capital Norte Santandereana de Gozar de un Clima totalmente diferente, recargarnos de la mejor energía cuando esta nos genera caos para disfrutar de una paz y tranquilidad absoluta.

4.1.4 Hoteles Locales

Es evidente que la innovación es un concepto que trae consigo mil formas de interpretar pues si bien en cierto Colombia no es pionera en temas de tecnología, pues el sector hotelero de este país no se ha quedado corto y explota en lo que Colombia si es pionero y es en su biodiversidad, es innegable q estos hoteles han sido sin duda un gran atractivo turístico que se sale de lo convencional y de una u otra manera se encuentra con un lugar de paz y armonía, contacto con la naturaleza lo que muchas personas buscan salir de lo tradicional de la realidad acelerada, y encontrar un espacio de calma, con comodidad.

De acuerdo con el concepto de innovación del Manual de Oslo “Una innovación es un nuevo o mejorado producto o proceso (o una combinación de ambos) que difiere significativamente de productos o procesos previos de la unidad institucional y que ha sido puesto a disposición de potenciales personas usuarias (producto) o implementado en la unidad institucional (proceso).” (OCDE y Eurostat, 2018).

Al analizar la aplicación de encuestas y entrevistas realizadas en el segundo objetivo denominado “Caracterización de los Elementos de la Innovación que Inciden en el Sector Hotelero” nos da como parte de su resultado los siguientes nueve (9) hoteles de la ciudad, los cuales sobresalen entre la muestra, ya que ellos han introducido cambios significativos en el sector basándose en el concepto teórico del proyecto, a continuación se menciona que actividades de innovación presentan o están en proceso de realización.

4.1.4.1 Hotel Arizona Suites.



Fuente: Tourvirtual, 2021.

La ORGANIZACION HOTELERA ARCOS Y CIA SAS – HOTEL ARIZONA SUITES es una empresa del sector turístico, sólida responsable y con gran trayectoria en la Ciudad de Cúcuta.

Comprometido con la Sostenibilidad y el medio ambiente adoptan y difunden los principios estipulados en la norma técnica sectorial NTS-TS002, trabajando en la disminución de los impactos negativos en los aspectos sociales, culturales, ambientales y económicos prestando un servicio de turismo responsable, buscando siempre alternativas sostenibles e innovadoras.

4.1.4.2 Hotel Casa Blanca.



Fuente: Google, 2021.

Cada vez más consumidores tienen en cuenta criterios de sostenibilidad para elegir el tipo de alojamiento o de turismo a realizar. El hotel Casa Blanca apuesta por un consumo responsable y por la utilización de energías renovables siendo un buen elemento indicativo de la responsabilidad que asume la organización en la transición energética, el Hotel Casa Blanca utiliza estos paneles solares para no solo como fuente de ahorro, sino también en un valor añadido para atraer a una clientela más concienciada con la protección del medio ambiente.

4.1.4.3 Hampton Inn by Hilton Cúcuta.



Fuente: Hotel en construcción Hampton by Hilton.

En Cúcuta se aplicó por primera vez para la construcción y creación del hotel Hampton la tecnología Building Information Modeling (BIM), el BIM es una metodología de trabajo colaborativa para la creación y gestión de un proyecto de construcción. Su objetivo en Cúcuta fue centralizar toda la información del proyecto en un modelo de información digital creado por todos sus agentes.



Fuente: Hiltoncleanstay, 2021.

En el Hotel Hampton Inn by Hilton promueven que sus huéspedes hagan uso del check-in y la llave digital para disfrutar de una experiencia sin contacto. Con la aplicación de Hilton Honors, puede utilizar su teléfono para hacer el check-in, elegir su habitación, acceder a la misma con una llave digital y hacer el check-out al finalizar su estadía.

4.1.4.4 Hotel Holiday Inn.



Fuente: Viscucuta, 2021.

En el hotel Holiday Inn adaptaron un servicio especial para los jóvenes de 18 años o menores, el cual se desarrolla en que su alojamiento sea totalmente gratis cuando comparten

habitación con sus padres. También hasta cuatro niños de 11 años y menores registrados para alojamiento comen gratis en cualquier momento del día en cualquier restaurante dentro de un hotel Holiday Inn.

4.1.4.5 Hotel Casino Internacional.



Fuente: Hotelcasinointernacional.com, 2021.

El salón Mónaco del Hotel Casino Internacional cuenta con una capacidad máxima de 700 personas, es multifuncional y se adapta a todo tipo de reuniones corporativas y eventos sociales en Cúcuta.

Dispone de las últimas y más modernas soluciones tecnológicas además de todo tipo de equipaciones para garantizar el ambiente profesional necesario para el éxito de tu evento en Cúcuta.

4.1.4.6 Hotel Milenium Victoria Plaza.



Fuente: Galería Hotel Milenium Victoria Plaza, 2021.

El Hotel ocupa un antiguo edificio ampliado y rehabilitado con el máximo rigor arquitectónico para crear un hotel moderno, funcional en el que coexisten el arte y la singularidad del pasado con el confort más actual, generando así menor costo en mantenimiento ya que se estructura de bases fuertes y madera antigua que genera una agradable conformidad.

También el hotel Milenium cuenta con un servicio exclusivo para los felinos de la ciudad, en su sala de recepción tiene ubicado un pequeño salón en el cual alimentan y cuidan gatos de calle, estos gatos aportan beneficio al establecimiento ya que genera agradables sorpresas a sus huéspedes.

4.1.4.7 Hotel Faranda Bolívar.



Fuente: Galería Hotel Faranda Bolívar, 2020.

El Hotel Faranda Bolívar genera una confianza con los huéspedes agregando servicios totalmente exclusivos y gratis como el servicio de Transfer desde el aeropuerto al hotel y viceversa, también cuenta con un espacio exclusivo para mascotas, brindando asistencia médica veterinaria y alimentación.

4.1.4.8 Hotel Ibis.



Fuente: PaginawebIbis.

El Hotel Ibis es la opción ideal para todos aquellos que no quieren gastar de más y que quieren la mejor calidad y atención, tiene como mejoramiento en su servicio la prestación de una zona denominada ZonaKidsIbis, la cual se basa en la diversión dirigida a los más pequeños huéspedes, aquí puedes utilizarla para el cuidado de los niños si el huésped tiene la necesidad de salir del hotel.

4.1.4.9 Hotel Mío Boutique



Fuente: Pagina web MioBoutiqueCucuta.

El hotel Mio boutique maneja un sistema de tecnología, las habitaciones están domotizadas. Esta tecnología les permite a los huéspedes controlar, a través de comandos de voz, televisor, aire acondicionado, cortinas, nivel de la luz y encender o apagar la música.

Se puede concluir que la innovación , es cambio es transformación es la prestación de un servicio que no siempre tiene que ser el mismo sino crear construir, cambiar para no caer en la monotonía, que si bien es cierto la innovación muchas veces se confunde con tecnología esto no quiere decir q siempre sea así, pues un claro ejemplo quedo demostrado en este trabajo que es que mientras los países explotan sus tecnología su fuerte, un país como Colombia innova y explota con lo que tiene con su biodiversidad, mostrando sus paisajes, y no se queda atrás a pesar de no contar con la tecnología de los demás.

En cuanto a la innovación de la ciudad de Cúcuta queda demostrado que se cuenta con hoteles con acabados sofisticados, pero que también se debe prestar atención y aprovechar los pueblos aledaños a la ciudad, ya que pueden generar ingreso a la economía del país, innovando, creando hoteles donde se ofrezca experiencias con la naturaleza, deportes extremos, infinidad de cosas que tiene el departamento de norte de Santander.

4.2 Caracterización de los Elementos de la Innovación que Inciden en el Sector Hotelero

El sector hotelero en la ciudad de San José de Cúcuta ha tenido que actualizarse no solo en el uso de la tecnología, sino que también ha tenido que acoplarse al concepto de innovación en sus servicios, sus procesos y en general en todo su funcionamiento.

Esto para poder competir en el mercado hotelero que día a día ha ido en incremento especialmente en las ciudades en expansión; con la llegada de cadenas hoteleras internacionales y nacionales, los hoteles propios de la región han sido relegados y han perdido clientes potenciales ya que prefieren visitar los hoteles “nuevos” a hospedarse en hoteles que llevan varios años en la ciudad.

Como se evidenció en el objetivo anterior, los elementos de la innovación en los cuales se basa la presente investigación son los elementos que se presentan en el Manual de Oslo (Servicios, procesos, mercadotecnia y organización), bajo estos estándares se desarrolla la caracterización de los elementos de innovación que inciden en el sector hotelero de la ciudad de San José de Cúcuta.

Esta caracterización se llevó a cabo a través de una serie de encuestas y entrevistas realizadas a en la plataforma Google Forms. Cada uno de estos hoteles pertenece a una calificación por rango de precios la cual se muestra en la siguiente tabla, en donde los hoteles están organizados de menor a mayor valor.

A continuación, se procede a presentar los resultados de las encuestas aplicadas, donde se identifican en la Tabla 5 los hoteles mediante su nombre, clasificación por estrellas y rango de precios, además se logró identificar el personal administrativo y el personal operativo que labora en los mismos.

Tabla 5. Identificación de la muestra hotelera de la ciudad de San José de Cúcuta

Nombre del Hotel	Número de estrellas del hotel	Precio aproximado de la noche	Número de personal operativo	Número de personal administrativo
Hotel Tecsmán	No	30.000	3	2
Hotel Leidy	No	30.000	4	2
Hotel Diamante Suite	No	40.000	1	3
Hotel- Hospedaje Las Américas	No	40.000	3	3
Hotel Monterrey	No	40.000	4	2
Hotel El Portal	No	40.000	3	2
Hotel Arrival	No	50.000	5	2
Hotel Calle 13	No	50.000	6	4
Hotel El Portal Plus	No	50.000	4	3
Hotel Río Neiva	No	50.000	3	3
Hotel Cúcuta	No	50.000	4	2
Hotel Tasco	No	50.000	3	4
Hotel Caravana	2	54.800	7	5
Hotel Portal del Prado	No	60.000	6	5
Hotel Nazaret	No	60.000	5	3
Hotel las Pirámides	No	60.000	4	2

Hotel Cacique	No	60.000	4	3
Hotel Ecuador de la 13	No	60.000	5	4
Hotel Barcelona Suite	No	60.000	6	4
Hotel Chloe	2	60.000	9	5
Hotel Center Plaza Plus	2	70.000	6	4
Hotel Samara	No	70.000	6	5
Hotel Villa Real	No	70.000	7	5
Hotel Valle de Beraca	No	70.000	8	4
Hotel Gran Asturias	No	70.000	9	5
Hotel Exelsior	2	72.800	8	5
Hotel Acuaris	3	79.990	10	4
Hotel Los Angeles	No	80.000	9	6
Hotel Lord	No	80.000	11	4
Hotel El Andino	3	85.000	15	8
Hotel Vasconia	3	90.000	12	7
Hotel Chucarima	No	90.000	11	8
Hotel Sterling	No	90.000	10	5
Hotel Cinera	1	95.000	7	8

Hotel Restaurante Zhena	3	95.000	12	8
Hotel Nuevo Acora	2	95.000	8	5
Hotel Aston	No	100.000	10	4
Hotel Zaraya	3	100.000	13	6
Hotel Millenium Victoria Plaza	No	100.000	15	7
Hotel Atlantis Plaza	3	105.000	15	5
Hotel Ibis	3	114.000	16	7
Hotel Luxor	3	114.500	12	6
Hotel Bquin Plaza Cúcuta	3	140.000	20	30
Hotel Ramada	3	140.000	5	3
Hotel Arthur Brich	3	145000	6	2
Hotel Quinta Avenida	3	150.000	25	5
Hotel Hampton Inn By Hilton	4	150.000	10	15
Hotel Arizona Suite	3	150.000	16	12
Hotel Casino Internacional	4	166.000	15	20
Hotel Holiday Inn	4	195.000	20	20
Hotel Tonchala	4	200.000	21	17
Hotel Casablanca	4	200.000	23	20

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

Como se puede observar, en esta tabla se identifican los hoteles por rango de precios, siendo el hotel Tecsmán el más económico en cuanto a precios por noche, esta es la manera más sencilla de clasificar los hoteles en la ciudad ya que muchos hoteles no cuentan con una calificación por estrellas (las estrellas señaladas en la tabla anterior son producto de una auto calificación hecha por el mismo hotel).

Es necesario recalcar el aporte de este sector en solamente la muestra seleccionada donde se puede inferir a simple vista que generan aproximadamente 813 empleos directos (independientemente del tipo de vinculación laboral), lo que es un beneficio para la economía regional, esto sin contar todos los empleos indirectos que genera la prestación de este servicio (conexión con el sector turismo, sector transporte y sector restaurantes).

Para continuar con la encuesta se plantearon 2 preguntas enfocadas a cada elemento de la innovación según el Manual de Oslo, a continuación, se presenta en la tabla 6 la primera pregunta la cual busca identificar ¿En cuál de los siguientes servicios ha innovado el hotel?, las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

Tabla 6. Innovación en servicios

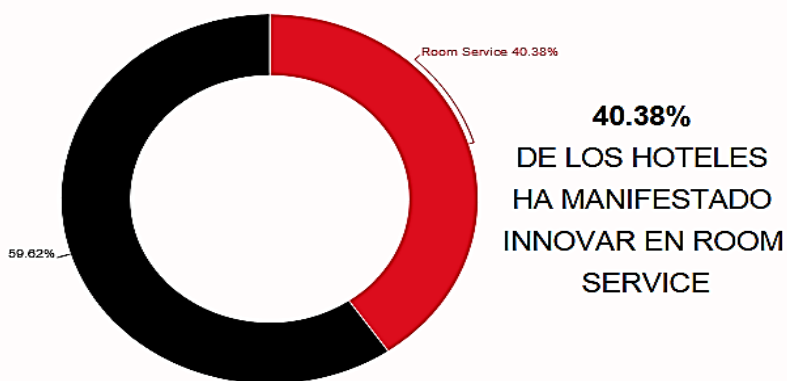
¿En cuál de los siguientes servicios ha innovado el hotel?	Cantidad
Hospedaje	42/52
Room service	21/52
Servicio de Alimentación	16/52
Servicio de recreación	11/52
Servicios de turismo	6/52
Servicios de transporte	4/52
Otro	1/52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.



Elaborado por:
Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Saenz, 2021

Figura 3. *Innovación en Hospedaje.*



Elaborado por:
Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Saenz, 2021

Figura 4. *Innovación en Room Service.*



Elaborado por:
Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Saenz, 2021

Figura 5. *Innovación en Servicio de Alimentación.*

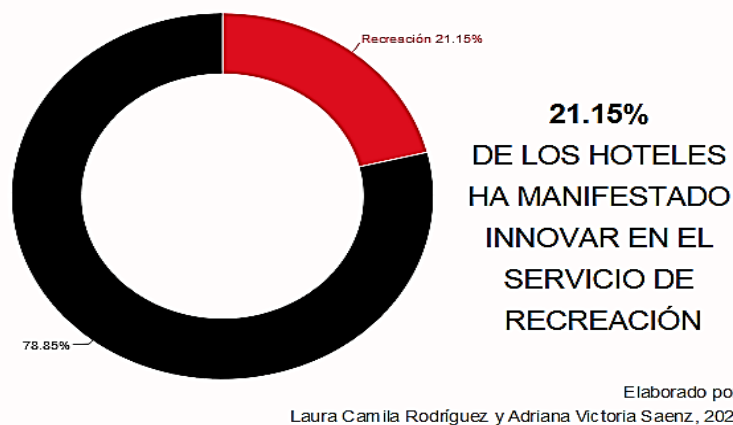


Figura 6. *Innovación en Servicio de Recreación.*

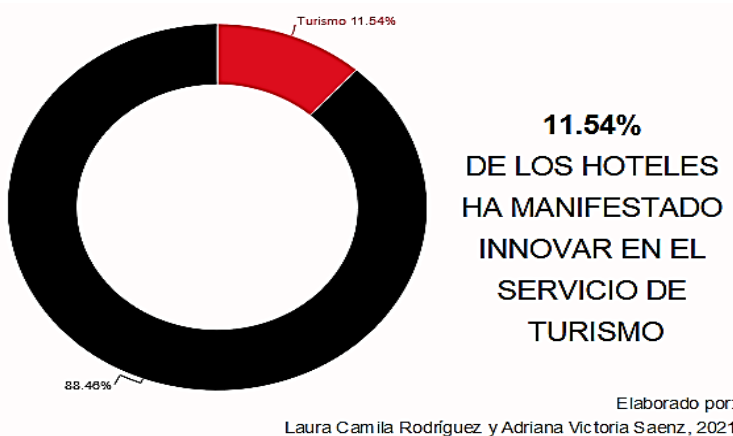


Figura 7. *Innovación en Servicio de Turismo.*

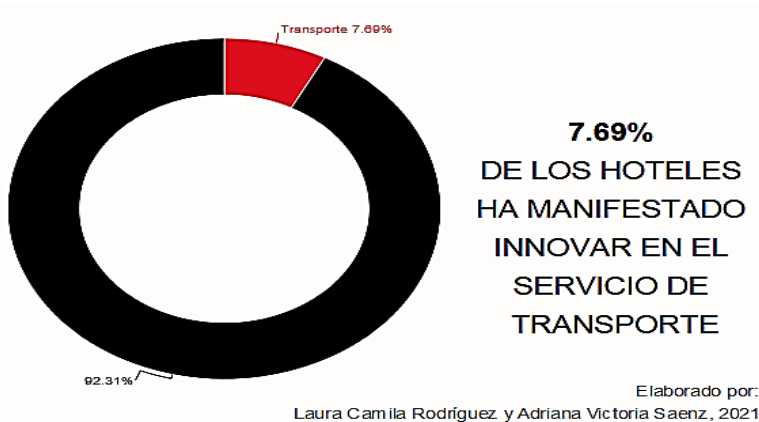


Figura 8. *Innovación en Servicio de Transporte.*

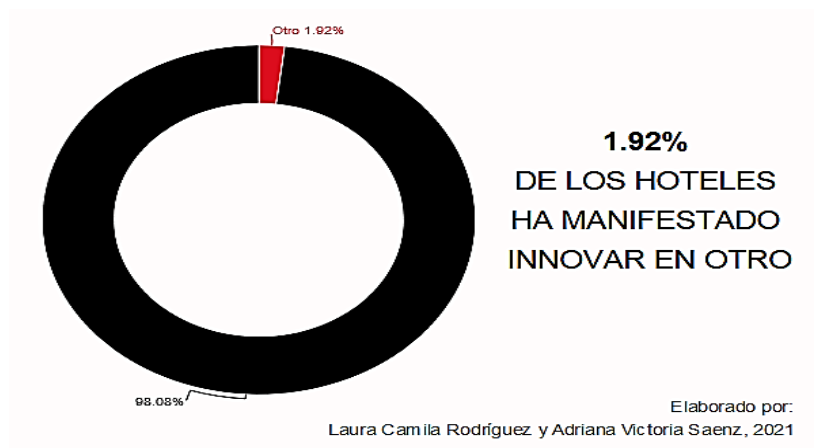


Figura 9. *Otras respuestas.*

Como se puede evidenciar en estas graficas los hoteles de la muestra han innovado en varios servicios entre ellos cuales se encuentran los servicios de alimentación, turismo, transporte, Room service entre otros. De los 52 hoteles de la muestra, 42 innovaron en hospedaje representado un 80.77% ya que es el servicio principal que prestan a los viajeros, seguido por el room service que 21 de los 52 hoteles ha innovado en este servicio.

La segunda pregunta está enfocada en determinar si esta innovación en los servicios ha incrementado o no sus ingresos, para esto, se presentaron los resultados en la tabla 7 la cual indica que:

Tabla 7. Beneficios de la innovación en servicios.

¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos servicios?	Cantidad
Si	44
No	8
Total	52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

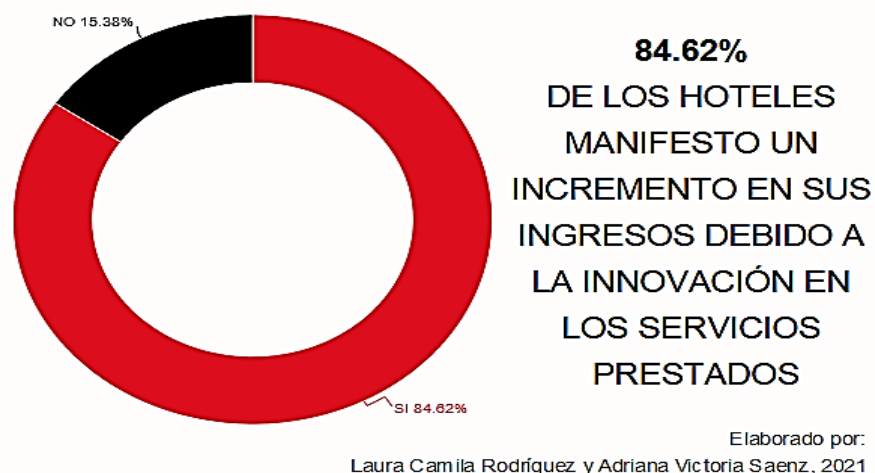


Figura 10. *Beneficios o utilidad de la innovación en servicios.*

La respuesta obtenida se enfoca en que el 84.62% de los hoteles participantes manifestó percibir un aumento en sus ganancias o en sus ingresos debido a la innovación en los servicios prestados relacionados en la pregunta anterior, mientras que el 15.38% no percibió ningún ingreso por esta razón.

La tercera pregunta está encaminada al elemento de la innovación denominado por el Manual de Oslo “Procesos”, aquí se pretende determinar en qué procesos internos del hotel se ha presentado una innovación. Para esto, la tabla 8 tabula los siguientes resultados

Tabla 8. Innovación en procesos

¿En cuál de los siguientes procesos ha innovado el hotel?	Cantidad
Proceso de limpieza	42/52
Procesos de mantenimiento	32/52
Procesos administrativos	13/52
Procesos de inventarios	12/51
Procesos contables	8/52
Otro	1/52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

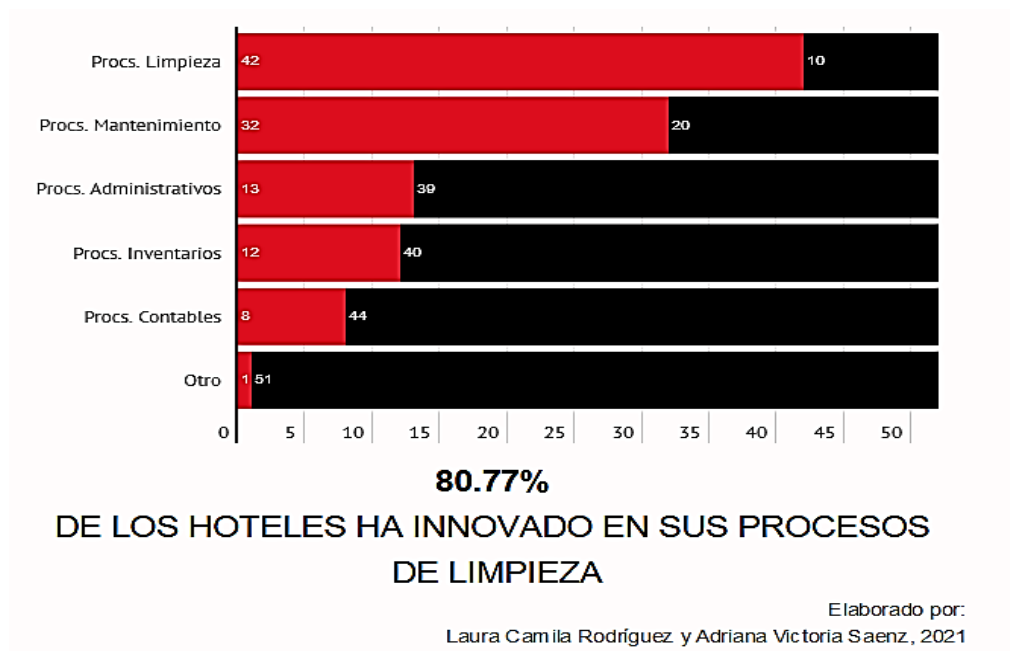


Figura 11. *Innovación en procesos.*

La figura anterior muestra la evolución que ha tenido la innovación en los procesos internos de los hoteles, en su mayoría se han dedicado a innovar en los procesos de mantenimiento, limpieza y en último lugar han dejado los procesos administrativos y contables en un segundo plano. El 80.77% de la muestra hotelera indica una innovación en el proceso de limpieza.

La cuarta pregunta está relacionada el hecho de si innovar en estos procesos le ha generado algún tipo de ingreso, a lo cual se respondió que

Tabla 9. Beneficios de la innovación en procesos.

¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos procesos?	Cantidad
Si	35
No	17
Total	52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

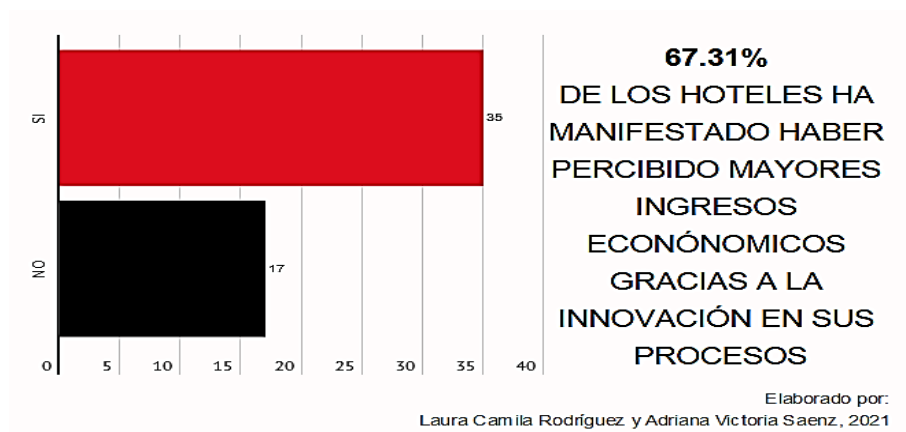


Figura 12. Beneficios o utilidad de la innovación en procesos.

Como se logra evidenciar en la figura 10, el 67.31% de los hoteles manifestó percibir un ingreso por la aplicación de esta innovación en procesos, mientras que el 32.69% restante, no le genero ningún aporte económico innovar en sus procesos internos.

Otro elemento de la innovación y con el cual se confunde más fácilmente este término es el “Marketing o mercadeo”, el cual fue tratado en la pregunta 5 indicando ¿En cuál de los siguientes aspectos relacionados con el marketing ha innovado el hotel?, para lo cual se diseñó la tabla 10 en la cual se indican los siguientes resultados.

Tabla 10. Innovación en marketing

¿En cuál de los siguientes aspectos relacionados con el marketing ha innovado el hotel?	Cantidad
Mercadeo interno	33/52
Motores de búsqueda de hoteles	25/52
Canales de información	25/52
Mercadeo externo	21/52
Redes sociales	17/52
Página Web	6/52
Otros	1/52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

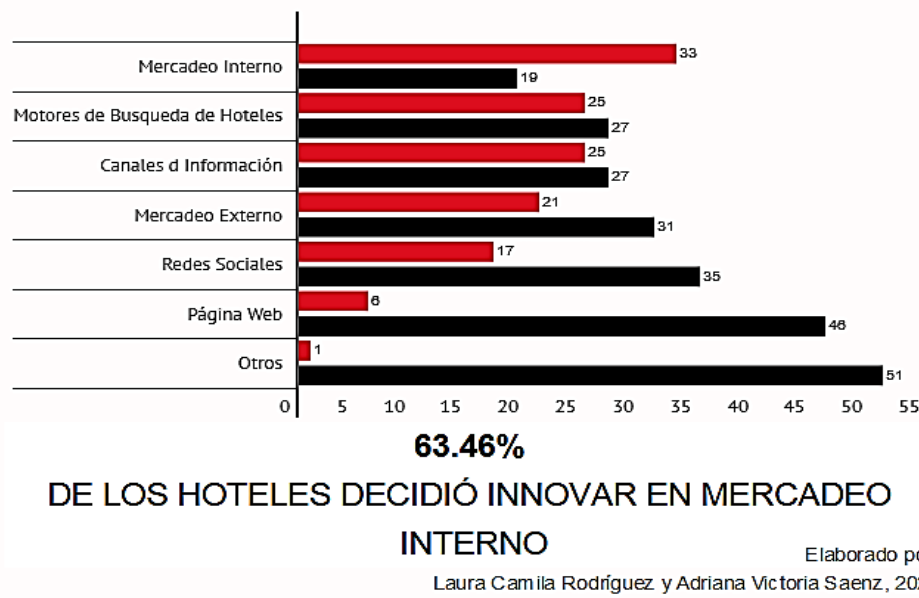


Figura 13. *Innovación en mercadotecnia.*

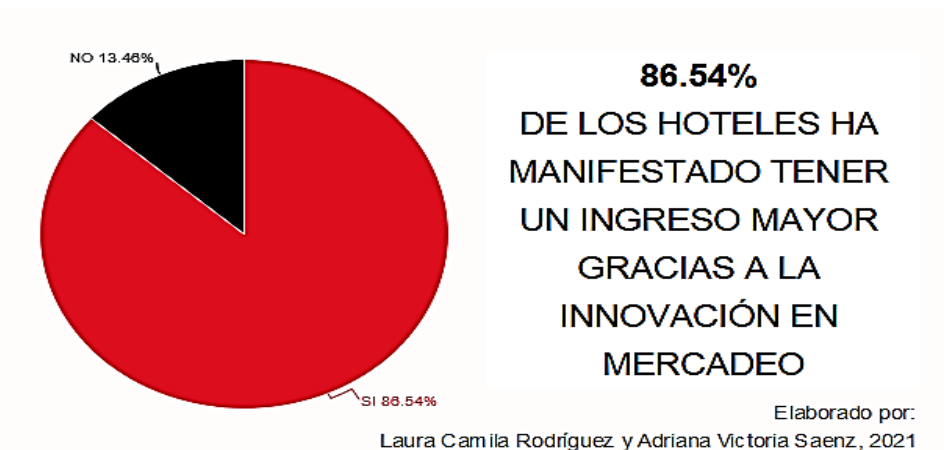
Los hoteles en su mayoría han innovado en una o varios de los aspectos relacionados con el marketing, lo que deja ver la importancia del mismo dentro de las organizaciones, el 63.46% ha innovado en mercadeo interno, también, una opción muy favorable es el uso de las Tecnología de la información y de la comunicación para incrementar sus ventas, los canales de información, las redes sociales, páginas web, entre otros son un avance tecnológico importante. Sin duda alguna, los motores de búsqueda hotelera como Trivago, Booking, hoteles.com, entre otros buscadores conocidos han sido los más utilizados por los hoteles en la ciudad, la opción de motores de búsqueda fue escogida por 25 de 52 hoteles, representando un 48.1%.

La pregunta 6 está encaminada a identificar si efectivamente esta innovación le ha generado algún tipo de ingresos o incremento en sus ventas, a lo cual se respondió que

Tabla 11. Beneficios de la innovación en mercadotecnia

¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos aspectos relacionados con la mercadotecnia?	Cantidad
Si	45
No	7
Total	52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

**Figura 14.** Beneficios o utilidad de la innovación en mercadotecnia.

Como se puede observar en esta figura, el 86.54% de los hoteles encuestados indicaron haber registrado un ingreso positivo en sus ventas debido a la innovación en cualquiera de los aspectos relacionados con el marketing, haciendo uso en algunos casos de uno o de varios servicios a la vez. Es importante conocer que debido a la pandemia por COVID-19 el sector hotelero fue uno de los más golpeados a nivel nacional, por ende, muchos de estos hoteles han decidido innovar en el marketing usando varios de estos aspectos a su vez (por ejemplo, actualizando sus páginas web, incluyéndose en motores de búsqueda, realizando un mercado externo, entre otras formas) esto como una alternativa para generar ingresos adicionales.

Finalmente, el último elemento de la innovación es la organización según el manual de Oslo en el cual fue la base para el desarrollo de la pregunta 7 la cual indica que ¿En cuál de los siguientes aspectos relacionados con la organización ha innovado el hotel? En la tabla 12 se identifican las respuestas obtenidas por los hoteles participantes

Tabla 12. Innovación en organización

¿En cuál de los siguientes aspectos relacionados con la organización ha innovado el hotel?	Cantidad
Organización en el área de servicios generales	28/52
Organización en el área administrativa	18/52
Organización en el área de mantenimiento	16/52
Organización en el área contable	13/52
Organización en el área de sistemas	12/52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

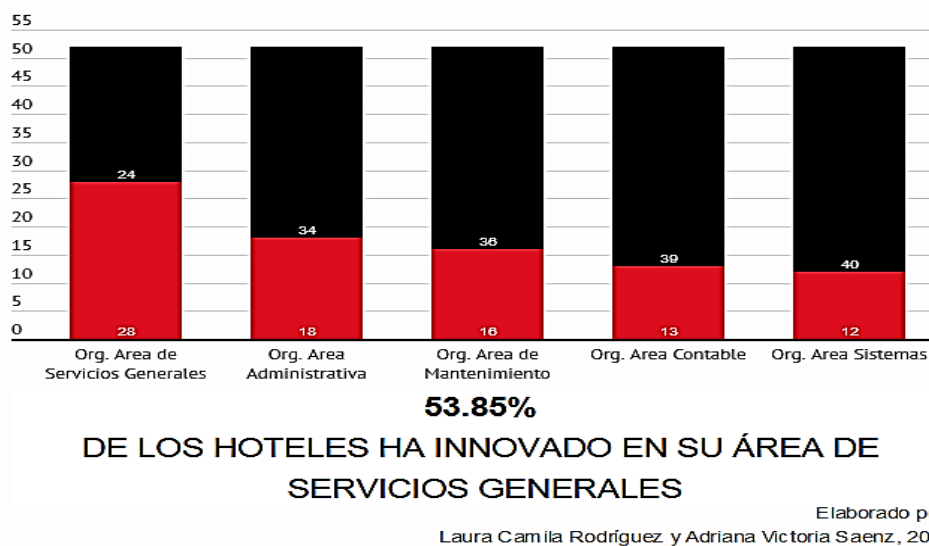


Figura 15. Innovación en organización.

Como se demuestra en esta figura, el 53.85% de la innovación en la organización se da en el área de servicios generales la opción fue elegida por 28 de los 52 hoteles de la muestra,

mientras que el 34.62% (18 de 52 hoteles) indica una innovación de la organización del área administrativa.

Es necesario conocer el impacto en términos monetarios de la aplicación de esta innovación en cualquier área de la organización, para lo cual se diseñó la última pregunta enfocada a identificar si ¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos aspectos relacionados con la organización?

A continuación, en la tabla 13 se presentan los resultados.

Tabla 13. Beneficios de la innovación en organización

¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos aspectos relacionados con la organización?	Cantidad
Si	28
No	24
Total	52

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

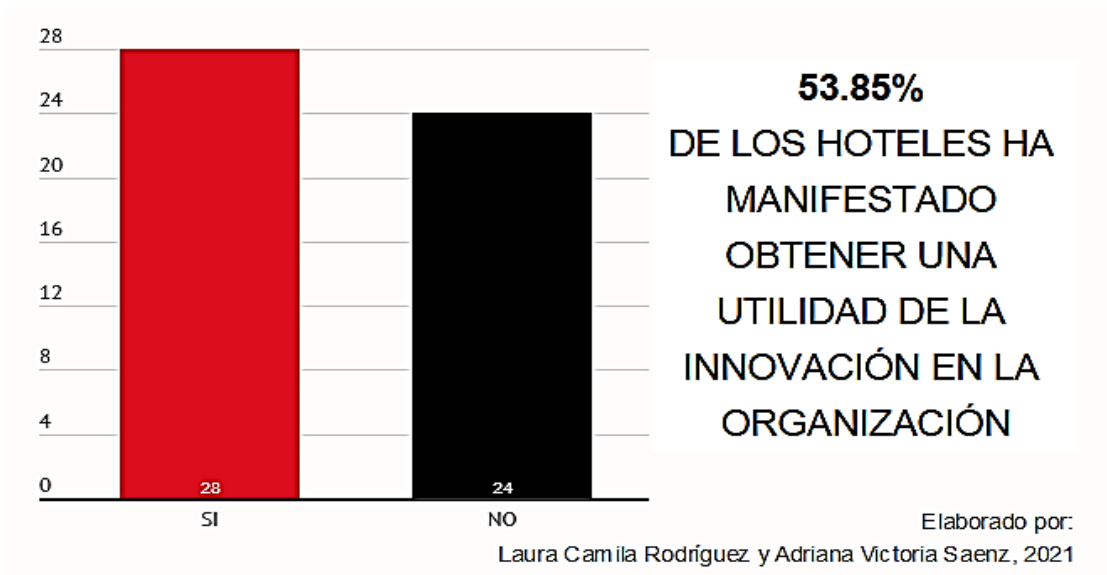


Figura 16. Beneficios o utilidad de la innovación en organización.

En esta figura se evidencia que el 53.85% de la muestra hotelera de la ciudad de Cúcuta, manifestó que, si obtuvo alguna utilidad o incremento en sus ganancias debido a la innovación de la organización, mientras un 46.15% manifestó no haber encontrado ninguna utilidad en esta innovación.

Para dar continuidad a esta caracterización del sector hotelero en cuanto a la innovación, fue necesario aplicar una entrevista a algunos hoteles de la ciudad que permitiera conocer los aspectos más concretos en los cuales han innovado los hoteles de la ciudad.

Para esto es necesario tener en cuenta los elementos de la innovación del manual de Oslo, por lo que la entrevista se dividió en cuatro partes, a continuación, se presentan las respuestas sostenidas por los hoteles.

Tabla 14. Entrevista en la innovación de servicios

Nombre del hotel	¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de los servicios que presta?
Hotel Arthur Brich	En el aspecto energético, ya que nuestras habitaciones cuentan con un sistema eléctrico que se activa solo al introducir la tarjeta de acceso a la habitación.
Hotel Quinta Avenida	La atención que se presta al cliente es algo innovador ya que se tiene previo contacto con el cliente, se adecua la habitación del cliente de acuerdo a su gusto
Hotel Atlantis Plaza	La adaptación y mejoramientos de área y movilidad para personas de escaso movimiento, así como también implementar un sistema de comunicación más amplio a través del braille y el manejo de dos idiomas (inglés, español)
Hotel Luxor	En el manejo del servicio de cambio de divisas para la comodidad del cliente y el manejo de otro idioma, también se les ofrece a los huéspedes la admisión de mascotas sin ningún costo adicional. En el restaurante del hotel se ofrece un menú especial para los niños

Hotel Ibis	El hotel cuenta con el servicio de cancelación gratuita antes de 18 horas, también se ofrecen habitaciones para personas con movilidad reducida.
Hotel Bquin Plaza	Para el HOTEL B'QUIN PLAZA, es importante prestar servicios con calidad humana desarrollados bajo principios de sostenibilidad, aplicando prácticas ambientales que permitan prevenir la contaminación mientras protegemos los recursos naturales. Un servicio nuevo que estamos implementando es el servicio de make-up, estilista y manicurista, también asesoramiento gratuito para nuestros huéspedes, y así ayudar en sus días que este de estadía en nuestras instalaciones una seguridad de siempre lucir hermosas. Contamos con acceso silla de ruedas en toda nuestra instalación.
Hotel Acuaris	El hotel cuenta con el servicio de cunas para la comodidad de los huéspedes que se hospeden con bebes y también camas supletorias.
Hotel Exelsior	El servicio de reserva se puede realizar por medio la página web, también se ofrece el servicio de asistencia médica durante la estadía y se ofrece el servicio de lavandería autoservicio.
Hotel Center Plaza Plus	No se ha innovado
Hotel Chloe	No se ha innovado en el momento
Hotel Cinera	Estamos ubicados en el centro de la ciudad la cual nos permite brindar un servicio excelente para todas las personas que quieran disfrutar de un descanso agradable, contamos con desayunos continentales para todos nuestros huéspedes para generalizar la degustación cucuteña al lado de la alberca. Contamos con un espacio adaptado para las mascotas, donde pueden jugar, descansar y comer mientras sus dueños disfrutan de la ciudad. Al momento de establecernos tomamos la opción de ubicarnos cerca al Aeropuerto internacional Camilo Daza, Aeropuerto de San Antonio y al Aeropuerto de La Fría, brindamos servicio de transporte del Aeropuerto hasta el Hotel y viceversa. Parqueadero gratis.

Hotel El Andino	<p>Servicio de despertador a los clientes por medio de pantallas táctiles en las que se pueden comunicar con nuestro servicio para programar sus alarmas. Nuestras habitaciones están decoradas de forma hogareña para que nuestros clientes se sientan como en casa Servicio de planchado las 24 horas Buscamos a futuro la implantación de dispositivos domésticos como Alexa, Siri y el Asistente de Google para la ayuda en comunicación y búsquedas de nuestros clientes</p>
Hotel Caravana	<p>El hotel ha innovado con la inclusión del servicio de lavandería y planchado de ropa para la comodidad de las personas que se hospeden en el hotel.</p>
Hotel Restaurante Zhena	<p>Brindamos un servicio personalizado en un ambiente confortable y cómodo para cada uno de nuestros huéspedes, una persona específica para tu personalidad que te ayude en tus necesidades. Somos parte de la familia Comfanorte Ecopark, al cual nos brindan beneficios para nuestros huéspedes y así formamos parte del turismo de la ciudad. Restaurante con servicio de comida americana Tenemos lavadero de automóviles gratis para los huéspedes</p>
Hotel Nuevo Acora	<p>Parking, Admite mascotas, Parking gratis, Parking en el alojamiento, Parking privado, WiFi en todo el alojamiento, Jardín Terraza, Terraza / solárium, Zona TV / salón de uso compartido, Seguridad 24 horas, Cámaras de seguridad en las zonas comunitarias, Cámaras de seguridad fuera del alojamiento, Extintores</p>
Hotel Holiday Inn	<p>El hotel cuenta con el servicio de gimnasio exclusivo para huéspedes, pensado para el cuidado de la salud y el acondicionamiento físico de las personas, para el acceso al gimnasio se realiza por medio de la llave de la habitación. Contamos con personal que habla dos idiomas para la comodidad de los clientes.</p>
Hotel Ramada Cúcuta	<p>la innovación en la parte interna, se han capacitado a los empleados referente a los protocolos y medidas de bioseguridad, en la parte externa hemos impulsado los servicios de manera personalizada mediante WhatsApp y electrónicamente</p>

Hotel Hampton by Hilton Cúcuta	El hotel ofrece el servicio de desayuno estilo buffet de cortesía con diversas opciones para las preferencias de los huéspedes.
-----------------------------------	---

Hotel Casino Internacional Cúcuta, Colombia.	<p>En el hotel Casino Internacional contamos con servicios privilegiados, uno de ellos es el de servicios médicos, contamos con un personal capacitado en medicina general y un auxiliar de enfermería la cual brinda seguridad al momento de alguna emergencia con disponibilidad las 24 horas para necesidad de los huéspedes.</p> <p>Como servicio del hotel en Cúcuta a destacar, está el restaurante Las Guacas, de fusión gastronómica y reconocido prestigio en la ciudad.</p>
--	---

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

En este aspecto, los hoteles manifiestan tener una innovación en los servicios, dentro de estos servicios queda evidenciado que el lenguaje era un problema que se ha ido solucionando de manera paulatina a través de la innovación. Otro punto tratado dentro de las entrevistas fue la inclusión, la modificación a las habitaciones, a los sitios comunes y la forma más sencilla de hacer solicitudes brinda una inclusión de las personas en condición de discapacidad lo que se ha convertido en un beneficio para ambas partes.

La inclusión se ha hecho a través de lenguaje braille, aplicativos para personas con condiciones especiales y habitaciones y sitios exequibles a todas las personas con estas condiciones, además de prestar servicios de atención especial a esta población para lograr brindar un servicio integral.

Así mismo, los hoteles han decidido prestar servicios adicionales a los tradicionales como por ejemplo servicios de masajes, peluquerías, maquillaje y demás servicios propios de un salón

de belleza o peluquería con el fin de que los clientes agenden estos servicios y puedan recibirlos en la comodidad de su habitación.

Otro de ellos servicios adicionales está enfocado en la familia, donde se implementa la solicitud de cunas o camas adicionales para que los bebés permitan una instancia tranquila a sus padres. Adicionalmente, se presenta un servicio de guardería y atención para las mascotas de los viajeros que están acompañados de sus animalitos.

Por último, un servicio mejorado ha sido el de servicios médicos, la cual se contrata y capacitan personal médico con disponibilidad de tiempo completo para uso necesario de huéspedes o integrantes del hotel, así se presta mayor atención en el área de salud.

Es importante reconocer que en la encuesta se indicó que innovar en estos servicios si le ha generado ingresos o un incremento en sus ventas de servicios hoteleros.

Para continuar con las entrevistas, fue necesario preguntar sobre en qué aspectos de los procesos ha innovado el hotel, esto con el fin de conseguir a detalle la información.

Tabla 15. Entrevista en la innovación de procesos

Nombre del hotel	¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de los procesos que tiene el hotel?
Hotel Arthur Brich	Se ha innovado en el proceso de seguridad, considerando que contamos con acceso a cada piso solo si usted es huésped del mismo, porque cada tarjeta se programada para llegar al piso respectivo.
Hotel Quinta Avenida	Implementado un sistema de gestión donde nos dimos cuenta de los riesgos y nos unió más como familia

Hotel Atlantis Plaza	El hotel ha mejorado el proceso de reservas aprovechando las nuevas tecnologías y así evitar esperas innecesarias aplicando la automatización hotelera basada en la nube. para la organización de datos de nuestros clientes y así poder atender las reservas de último minuto
Hotel Luxor	En hotel ha innovado en el proceso de pago y reservación por medio página web en la cual se puede realizar estos procesos
Hotel Ibis	En el proceso de limpieza de las habitaciones, las toallas y sabanas se lavan a una temperatura de 60 grados para mayor desinfección, también las habitaciones permanecen vacías entre cada huésped por un tiempo de 72 horas.
Hotel BQuin Plaza	Manejamos el Property Manager System para simplificar la gestión de hosting. Contamos con sistemas de recuperación de reserva, es decir, optimizamos el proceso de retención de la atención de los clientes potenciales así estimulamos el aumento de reservas a clientes fieles
Hotel Acuaris	Se da atención al cliente las 24 horas el día para proporcionar la información que necesita el huésped.
Hotel Exelsior	Los procesos no han tenido ninguna innovación.
Hotel Center Plaza Plus	No se ha innovado
Hotel Chloe	No se ha innovado en el momento
Hotel Cinera	Contamos con la cancelación gratis con 50 minutos de antelación y sin pagos adelantados para brindar una mayor confianza a nuestros clientes. Buscamos un diseño de reconstrucción para nuestra la fachada de Hotel para volverlo más llamativo y así ganarnos una imagen en el mercado
Hotel El Andino	Colocamos en las manos de los clientes una pulsera que abre su puerta y le identifica en los diferentes puntos de venta como restaurante y bar pudiendo cargar sus pagos a la habitación sin necesidad de llevar consigo sus objetos personales

Hotel Caravana	El establecimiento acepta diversos medios de pagos como tarjetas débito, crédito y pagos en línea
Hotel Restaurante Zhená	Estamos mejorando la relación con nuevos proveedores de carnes (res, pollo) para agregar nuevos menús más saludables. Estamos buscando nuevas bases de datos como la Nueve para mejorar nuestro registro de huéspedes y tener mejor control
Hotel Nuevo Acora	Gestionamos automáticamente todos los tiques de gasto de empleados por medio de un software contable.
Hotel Holiday Inn	Debido a la pandemia del COVID-19, se implementan medidas de bioseguridad, en especial de limpieza con desinfectantes de grado hospitalario, todas las superficies en áreas comunes y salas de reuniones y eventos se realiza una limpieza profunda, a su vez en recepción cualquier proceso que se desee realizar, se hace con contacto reducido.
Hotel Ramada Cúcuta	en el área de compras, recepción y cocina se implementaron métodos de cuidados y control para ofrecer un excelente producto
Hotel Hampton by Hilton Cúcuta	Las habitaciones están equipadas con diversos dispositivos como cafetera, secador de cabello y nevera para que el huésped tenga la mayor comodidad.
Hotel Casino Internacional Cúcuta, Colombia.	El servicio de Room Service es presenta hasta la puerta de la habitación, será el huésped quien ingrese los alimentos a la habitación. Se garantiza que los productos estén protegidos y tapados completamente, controlando la temperatura de los mismos.

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

La innovación en los procesos según las entrevistas del sector hotelero, se basó en proceso de seguridad, limpieza y los procesos internos (contabilidad y administración de pagos, reservas y cancelaciones). Esta innovación se da generalmente con la implementación de aplicaciones que permitan facilitar los pagos, acceder a servicios, hacer reservas o cancelaciones, entre otros procesos que se ven beneficiados.

El uso de elementos o herramientas como tarjetas o pulseras inteligentes hacen más fácil los procesos internos de atención al cliente y los procesos de seguridad.

Actualmente y en razón a la pandemia por Covid 19, la limpieza y la bioseguridad se han vuelto aspectos fundamentales a la hora de elegir un hotel que cumpla con estas normas y brinde esta seguridad a sus huéspedes; por eso los hoteles han decidido innovar en sus procesos de limpieza haciendo de manera diferente esta actividad y actualizándola.

Finalmente, el 84% de los hoteles indicó que esta innovación en los procesos sí les generó un aumento en sus ventas o en los servicios prestados.

La pregunta tres de la entrevista está encaminada a identificar ¿En qué aspectos considera el hotel que ha innovado respecto de la mercadotecnia?

Tabla 16. Entrevista en la innovación en marketing

Nombre del hotel	¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de la mercadotecnia?
Hotel Arthur Brich	Se ha iniciado el uso de plataformas digitales que nos permitan llegar a más clientes y darles a conocer los servicios que ofertamos.
Hotel Quinta Avenida	Se abrió el restaurante para público en general, no solo clientes del hotel

Hotel Atlantis Plaza	La adaptación a nuevas tendencias hemos logrado potenciar el nombre de nuestro hotel a través de motores de búsqueda personalizados que se adaptan a las necesidades de los diferentes clientes dando así los resultados deseados para los mismos, además en nuestra página web oficial contamos con un atractivo catálogo de servicios en donde usted podrá comunicarse en tiempo real con nosotros a través de la misma y lograr generar sus reservaciones quejas o reclamos por su propia cuenta sin tener que acercarse a nuestras instalaciones.
Hotel Luxor	La inclusión del hotel en diversos metabuscadores de hoteles en los cuales se reciben la opinión de los clientes y da a conocer los servicios que se prestan en las instalaciones.
Hotel Ibis	Se cuenta con el programa especial para afiliados en el cual se ofrecen descuentos especiales y otros beneficios para los socios.
Hotel BQuin Plaza	Motores de reserva adaptados para distribuir suministros complementarios en la distribución de actividades y servicios tales como visitas guiadas y rutas gastronómicas. Actualmente estamos asesorándonos en optimizar nuestro sitio web para posicionarnos en buscadores webs. Empleamos el humor para generar complicidad con nuestros clientes para nacer la relación entre cliente y el hotel BQuin, creamos un portal por la red WhatsApp que se encuentra activo en la que les hace preguntas a clientes antiguos sobre la necesidad de un descanso como por ejemplo "¿está estresado? BQuin te espera para un agradable día de descanso, únete!"
Hotel Acuaris	Nos encontramos en los metabuscadores de hoteles para darnos a conocer a los interesados tanto nacionales como internacionales.
Hotel Exelsior	La inclusión del hotel en buscadores de hoteles.
Hotel Center Plaza Plus	No se ha innovado
Hotel Chloe	No se ha innovado en el momento

Hotel Cinera	Estamos mejorando la reserva online adentrándonos a nuevos buscadores en Google y así adaptar una simplificación en las reservas.
Hotel El Andino	Recibimos clientes de Booking.com hace 3 años para incrementar nuestras búsquedas web y afiliarnos al turismo en Cúcuta. Generamos bonos de 20, 30 o hasta el 50% de descuento por la cantidad de días de estadía, para la próxima reserva Nos basamos en la nube y en la tecnología móvil para llegar a potenciales clientes jóvenes
Hotel Caravana	En este momento el hotel se ha agregado a varios buscadores de hoteles para la captación de clientes tanto nacionales como internacionales, presentado el precio del hospedaje en diversas divisas y mostrando todos los servicios con los que contamos.
Hotel Restaurante Zhena	Contamos con cenas temáticas, cada sábado decoramos de un tema en específico nuestro restaurante, así llamamos la atención del huésped o cliente Sorteamos cada cierto tiempo (5 SEMANAS) una noche en el hotel con todo incluido entre nuestros clientes
Hotel Nuevo Acora	Realizamos super descuentos en habitaciones desde las 00 horas hasta las 2 am. Para activar a los huéspedes a estar activos en nuestro sitio web
Hotel Holiday Inn	El hotel busca mantener una imagen de “hotel de negocios”, haciendo marketing especialmente dirigido a los empresarios para la realización de eventos y reuniones, ya que en las instalaciones con diversas salas con las adecuaciones perfectas para cualquier evento.
Hotel Ramada Cúcuta	En el área de mercadeo y publicidad las redes han jugado un papel fundamental se han implementado estrategias que permitan dar a conocer nuestras instalaciones, sorteos, videos, historias que nos permiten estar más cerca de nuestros clientes
Hotel Hampton By Hilton Cúcuta	Esta es una integración de administración de ingresos, ventas, marketing, comercio electrónico y operaciones. Todos los colegas comerciales se unen para enfocarse al nivel del área, la región y el hotel. Herramientas sencillas y simples para impulsar los ingresos. Adquisición de talentos superiores para el equipo de ventas, catering y eventos. Programa de viajero frecuente y promociones de HHonors

Hotel Casino Internacional
Cúcuta, Colombia.

Contamos con afiliación a Hoteles Sercotel: Calidad, Ubicación y Servicio la cual nos da a conocer internacionalmente.

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

Generalmente, la innovación se confunde con el uso de las tecnologías en cualquier aspecto de la unidad en este caso de los hoteles, sin embargo, como se ha explicado a lo largo de esta investigación se compone de unos elementos y en este caso el Marketing hace parte fundamental de la innovación.

El marketing es sin duda una parte importante para la empresa y es por excelencia donde se presenta la innovación según las entrevistas realizadas, Dentro de los hallazgos se presentó que en su mayoría los hoteles han innovado en sus páginas web, motores de búsqueda y acceso a redes sociales, utilizando el internet como un potencializador de clientes.

Así mismo, el uso de estas redes sociales y herramientas tecnológicas han permitido que los clientes tengan beneficios como hacer recorridos virtuales, reservas y pagos on line y planear sus viajes y estadías de manera completa y desde la comodidad de sus sitios de trabajo o de vivienda.

Los motores de búsqueda hotelera son servicios que presentan los buscadores de internet para presentar los precios y benéficos de un hotel en especial, lo que permite incrementar las reservas y generar más ingresos como quedo evidenciado en la encuesta aplicada anteriormente.

Finalmente, el último elemento de la innovación es la organización y los resultados obtenidos de las entrevistas fueron los siguientes:

Tabla 17. Entrevista en la innovación en organización

Nombre del hotel	¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de los procesos que tiene el hotel?
Hotel Arthur Brich	A corto plazo estaremos realizado cambios para innovar en este aspecto.
Hotel Quinta Avenida	El uso del reciclaje, todo el sistema de gestión, el ambiente laboral, la dinámica de trabajo
Hotel Atlantis Plaza	Estamos interesados en potenciar una cultura que ponga el bienestar de nuestros colaboradores dentro las primeras prioridades así mejorando nuestros canales de comunicación a hora de resolver problemas y riesgos en el futuro, contamos con la protección de flora y fauna reduciendo el impacto medio ambiental de la organización. Incorporamos maquinaria que optimiza el proceso de reciclar residuos y papeles.
Hotel Luxor	Actualmente no se ha innovado en este aspecto.
Hotel Ibis	En este campo no se ha innovado
Hotel BQuin Plaza	Hacemos sostenible la organización al contar personal de la región como prioridad, disminuyendo de esta forma el índice de desempleo del sector, que mejoraría indiscutiblemente la economía local.
Hotel Acuaris	No hemos innovado por el momento en esto.
Hotel Exelsior	La organización se mantiene sin innovación.
Hotel Center Plaza Plus	No se ha innovado
Hotel Chloe	El hotel cuenta con tiendas dentro de las instalaciones.

Hotel Cinera	<p>Nuestro personal cuenta con el lenguaje de 2 idiomas básicos, el español e inglés. Contamos con procesos de apoyo o soporte que es la persona encargada de establecer, en todo momento, las tarifas de las habitaciones por la economía cambiante así se adaptan las tarifas de los hoteles de forma ininterrumpida, con el objetivo de alcanzar en todo momento el mejor rendimiento posible y conseguir un alto nivel de ocupación también en temporadas bajas.</p>
Hotel El Andino	<p>Nuestros trabajadores tienen la oportunidad de cada 2 meses reservar completamente gratis una habitación del Hotel para así disfrutar de una agradable estadía en sus días de descanso o festivos pueden adquirir cualquiera de los servicios que ofrecemos completamente gratis. manejamos flexibilidad de horarios y el trabajo por objetivos o la incorporación de metodologías ágiles de trabajo para crear cambios de mentalidad y fidelizar a nuestros trabajadores abrimos los códigos de software que exponen la información en plan de 'políticas transparentes' mejorando la imagen de nuestros hoteles con nuestros trabajadores</p>
Hotel Caravana	<p>El alojamiento se preocupa por la atención al cliente por lo cual contamos con personal que domina el idioma ingles y el español.</p>
Hotel Restaurante Zhená	<p>Contamos con tiempos de sanidad, en horas laborales sabemos que nos podemos desgastar o cansar, así que durante el día tenemos 1 hora para poder despejar la mente y tomar la iniciativa nuevamente.</p>
Hotel Nuevo Acora	<p>manejamos la flexibilidad de horarios y el trabajo por objetivos, adoptamos nuevas y mejores metodologías de trabajo, servicio de guardería a nuestros empleados</p>
Hotel Holiday Inn	<p>Actualmente el hotel cuenta con un programa pensado en la contribución para el medio ambiente el cual es que no se utilizan pajitas de plástico de un solo uso.</p>

Hotel Ramada Cúcuta	La parte comercial es la que más se ha tenido que reinventar, ya que debemos dar a conocer nuestros servicios vía correo, por video llamada, brochure, videos entre otras, dada a las medidas que muchas empresas han tomado. por ende, la parte organizacional y metódica se mejoró de una forma más práctica y personalizada
Hotel Hampton By Hilton Cúcuta	Colaboración con socios clave, como funcionarios de la ciudad, la Cámara de Comercio y centros de convenciones. Colaboración entre otros hoteles de la marca Hilton en el mercado. Objetivos de ventas estratégicas y eventos para clientes con acceso a los responsables de tomar decisiones clave
Hotel Casino Internacional Cúcuta, Colombia.	Buscamos la comunicación lateral y no vertical en cada sector de la organización y así creamos una estructura de red de control también ayudamos a fomentar la participación y la iniciativa de los empleados a dar ideas de mejora continua para el Hotel y sus alianzas externas.

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

Finalmente, la innovación en la organización de estos hoteles se ha enfocado especialmente a la innovación administrativa, dándole prioridad a los planes de seguridad y salud en el trabajo y resaltando la innovación del hotel en sus aportes al medio ambiente. Esto quiere decir que algunos hoteles manejan planes de sostenibilidad ambiental que son la bandera de ellos en este aspecto. Así mismo, consideran que la innovación en la organización se enfoca en el área del personal indicando los beneficios que le reconocen a sus empleados como alquiler gratuito en algunas habitaciones 1 vez al mes para un disfrute familiar, beneficios económicos y beneficios laborales.

Igualmente, muchos hoteles recalcan su apoyo y contribución al mercado laboral de la región ya que indican que sus empleados son colombianos y nacidos en la región lo que les brinda un apoyo a los cucuteños en este sector.

4.3 Estrategias de Innovación Alternativa para el Mejoramiento Sostenible del Sector Hotelero de la Ciudad

Evidentemente, la innovación como se ha demostrado a lo largo de la presente investigación se encuentra relacionada o incluida en los avances tecnológicos los cuales a su vez hacen parte de los diferentes tipos de innovación; por lo que es necesario crear una estrategia específica para cada tipo de innovación dependiendo de las condiciones de la ciudad, del contexto económico y del impulso turístico del lugar.

Como se ha evidenciado, San José de Cúcuta ha incrementado el sector turismo durante la última década; sin embargo, la pandemia por Covid 19 creó una recesión económica a nivel mundial de la cual aún se están recuperando muchos servicios del sector turismo entre estos el sector hotelero.

Esta pandemia, trajo consigo cambios relevantes para todo el comercio y especialmente para el sector hotelero; debido a que para su correcto funcionamiento será necesario implementar unas medidas y protocolos de bioseguridad establecidos a nivel nacional y regional a través de decretos reglamentarios encaminados al cuidado de las personas; especialmente en estos lugares donde se hospedan una o más personas diariamente.

Es por esto que se decidió crear algunas estrategias enfocadas en 3 aspectos fundamentales; inicialmente, atendiendo las normas de bioseguridad si fuesen necesarias o si hubiese lugar a estas; atendiendo el contexto socio económico de la ciudad y la situación por la que actualmente se atraviesa y finalmente teniendo en cuentas las condiciones específicas de cada hotel. Estas estrategias se basan en cada uno de los elementos de la innovación, además de

tener como referentes hoteles internacionales que brinden estándares de innovación y calidad al sector hotelero a nivel mundial y nacional.

4.3.1 *Innovación en los Servicios*

Como se puede evidenciar; el concepto de innovación en los servicios se da como:

La actividad de innovación en los servicios es un proceso generalmente continuo, consistente en una serie de modificaciones introducidas progresivamente en los productos y en los procesos. Eso puede, a veces, complicar la definición de una innovación como un acontecimiento específico, por ejemplo, la introducción de una modificación importante en productos, procesos o de otros métodos (OCDE y Eurostat, 2005).

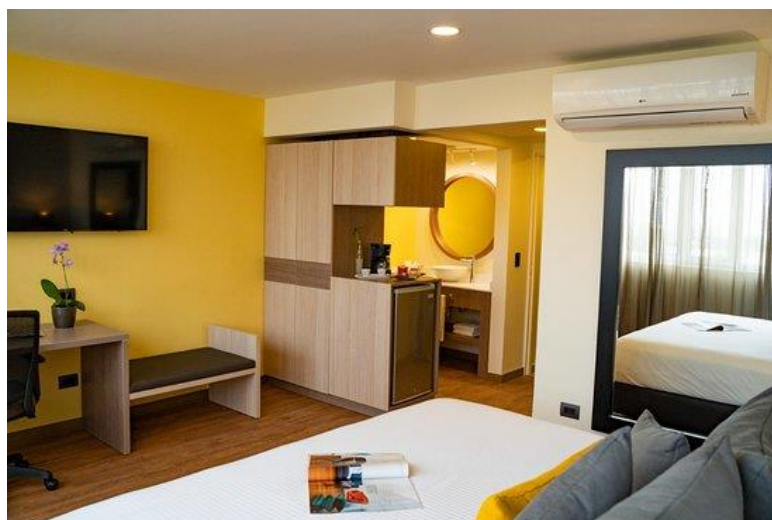
Este concepto es aplicable al sector hotelero ya que su servicio principal es el hospedaje y cualquier modificación importante en la prestación de este servicio puede ser considerada innovadora. En la ciudad de San José de Cúcuta y según los resultados obtenidos de las entrevistas practicadas a los hoteles, se logró identificar que muchos de ellos han innovado en servicios que mejoran y hacen más eficiente y amena la estadía del huésped en el hotel. A continuación, se muestra la figura 17 con las principales estrategias planteadas.



Figura 17. *Estrategias por servicios.*

4.3.1.1 Estrategia Hotel Temático

Esta estrategia debe ir enfocada directamente a una mejora continua en este servicio; muchos hoteles de la ciudad de San José de Cúcuta tienen habitaciones muy cómodas que cuentan con todos los servicios tecnológicos más recientes y cómodos para el usuario.



Fuente: Hotel Casino Internacional Cúcuta.

A pesar de estos servicios tecnológicos, es necesario implementar estrategias que hagan más cómoda la estadía del huésped; por esto; en algunos hoteles internacionales se han implementado habitaciones de tipo temático para brindar una experiencia diferente durante la visita.

Un ejemplo de esto es el siguiente:



Fuente: Free Spirit Spheres – Canadá.

Un hotel totalmente fuera de lo convencional. Sus habitaciones se encuentran suspendidas en esferas colgadas en los árboles. Están sujetas con un cable de alta resistencia, por lo que, cuando hay viento, se mecen suavemente. Por razones de seguridad, la edad mínima para alojarse es de 16 años.

El hotel cuenta con únicamente tres esferas, para tres y dos personas, las cuales tienen cama, electricidad, agua y una máquina de café. Además, están equipadas con un sistema de calefacción que permite aguantar temperaturas de hasta 20 grados bajo cero. (Food and Pleasure, 2019)



Fuente: V8 Hotel – Alemania.

Para los amantes de los coches este hotel es un must. Tienen habitaciones que emulan un autolavado, otras son un tributo a los autos deportivos. También hay de autos clásicos y gasolineras. Lo maravilloso de cada espacio es el diseño, que se compenetra a la perfección con el mundo del motor. Este alojamiento alemán, sin duda, encantará a más de uno. (Food and Pleasure, 2019)



Fuente: Hotel Casana.

El Hotel Casana Cúcuta está inspirado en la divertida experiencia infantil de toda joven, una casa de muñecas con pastelería, brinda la agradable estadía a todos sus huéspedes por sus tonos cálidos, plantas por toda su estructura y con habitaciones las cuales por medio de una app cambian de color por luces led y así adaptan con el color u oscuridad que prefieren.

Como se puede apreciar estos hoteles permiten al huésped una conexión diferente con su forma de hospedarse lo que los hace únicos e irrepetibles. La implementación de habitaciones temáticas es una buena forma de innovar en este medio mejorando el servicio de hospedaje ya existente y buscando una finalidad mucho mejor a la que ya se tenía con él.

Basados en los anteriores hoteles temáticos, se propone una estrategia temática para un hotel de la ciudad, la cual permita al huésped una conexión diferente con su forma de hospedarse lo que los hace únicos e irrepetibles. La implementación de habitaciones temáticas es una buena forma de innovar en este medio mejorando el servicio de hospedaje ya existente y buscando una finalidad mucho mejor a la que ya se tenía con él.

- **Propuesta de Hotel Temático en la ciudad de Cúcuta**



Fuente. Google 2021.

El hotel será el primer alojamiento temático que tendrá la ciudad de Cúcuta, el cual contará con un diseño innovador que tendrá el objetivo de transportar a los huéspedes a diferentes lugares y épocas de la ciudad. El hotel estará ubicado en la avenida Transversal San Antonio que actualmente se encuentra en regeneración y se convertirá en el paseo del arte, es por esto que uno de los objetivos principales del hotel será mostrar a los huéspedes el arte y la cultura Cucuteña mediante diferentes tipos de actividades que ayudaran al huésped a experimentar la esencia de la ciudad que para muchos está olvidada.

La tematización del hotel se la realizara en todas las áreas del hotel, pero su atractivo principal serán las habitaciones las cuales estarán decoradas de tal manera que cada habitación represente un atractivo turístico de la ciudad. Cada habitación contara con todas las facilidades necesarias para satisfacer las necesidades de los huéspedes tanto de placer como de negocios.

El hotel buscando cumplir las expectativas de los huéspedes y brindarles la comodidad que merecen todas las habitaciones y espacios del hotel serán adaptadas para que la estadía de los huéspedes sea agradable, contarán con áreas de entretenimiento para niños y adolescentes, área de ejecutivos para los huéspedes de negocios, habitaciones adecuadas para huéspedes mayores para que de esta forma puedan disfrutar de su estadía y de la experiencia que se brinda al máximo.

El aporte social y ambiental es muy importante para la administración del hotel es por esta razón, que se contara con programas de inclusión social, es decir; incluir a la fila de trabajadores a jóvenes con síndrome de Down para que puedan ejercer sus habilidades en el área operativa del hotel. Ser un centro de apoyo a la carrera de Hotelería y Turismo brindando pasantías laborales en el área administrativa y operativa para que los jóvenes tengan la oportunidad de poner en práctica lo aprendido en clase y de esta manera adquirir experiencia

laboral. En cuando al área ambiental, todo el equipo de colaboradores del hotel tendrá el compromiso de ayudar a conservar el medio ambiente del hotel mediante campañas de limpieza y/o reforestación de un área verde de la ciudad.

4.3.1.2 Propuestas Estratégicas en Servicio

Tabla 18. Propuestas Estratégicas en Servicio

SUBDIVISION	PROPUESTA	DESARROLLO	FINALIDAD	DIRIGIDO
Servicio de Transporte	Alianza con empresas de transporte	Crear convenios con empresas de transporte público (empresas de taxi) que se encuentren en disposición inmediata de brindar el servicio de traslado hotel – aeropuerto y viceversa.	Brindar seguridad y confianza a los huéspedes.	Hoteles de 1-3 estrellas
	Alianza con empresas de transporte intermunicipal	Generar convenios con empresas de transporte intermunicipal, para proporcionar un nuevo servicio de turismo desde las instalaciones de los hoteles.	Fomentar el turismo en municipios aledaños y la satisfacción de las necesidades del cliente.	Hoteles de 1-3 estrellas
	Alianza con empresas de alquiler de automóviles	Contar con convenio de empresas de alquiler de automóviles, para que el hotel realice, de acuerdo a pedido del huésped, se gestione de forma eficiente la reserva de un auto para su estadía.	Suplir las necesidades de los clientes.	Hoteles de 4-estrellas
Servicio de Hospedaje	Guardería para mascotas	Implementar un espacio en el que los huéspedes, que viajen con animales de compañía, puedan dejar a sus mascotas en manos de personal especializado.	Brindar una mejora en el servicio de hospedaje.	Todos los hoteles
Servicios Complementarios	Salón de Belleza	Facilitar a los huéspedes que no cuentan con tiempo, de acceder a un espacio para su cuidado personal, como para realizar un corte de cabello, o las mujeres que deseen realizarse peinados o maquillaje,	Ofrecer nuevos servicios a los huéspedes.	Todos los hoteles

	que sea prestado por medio de un convenio con profesionales en estas áreas.		
Robot auxiliar de Room Service	Hacer uso de la tecnología e inventos innovadores para el servicio de room service, como por ejemplo un robot que hace sus veces de auxiliar, llevando a los huéspedes habitación por habitación una taza de café, jugo o cualquier bebida incluso el desayuno y elementos necesarios para su estadía.	Prestar un servicio sin contacto de persona a persona.	Hoteles de 4-5 estrellas

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

4.3.2 *Innovación en los Procesos*

La innovación en los procesos puede definirse como

Una innovación de proceso es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos. Las innovaciones de proceso pueden tener por objeto disminuir los costes unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, o producir o distribuir nuevos productos o sensiblemente mejorados (Eurostat, 2008)

Esta innovación de procesos puede implementarse desde el sector hotelero desde las siguientes perspectivas.



Figura 18: Estrategias de procesos

4.3.2.1 Propuesta el Futuro de la Limpieza.



Fuente: Phys.org, 2013.

Uno de los procesos más importante en los hoteles es el de limpieza, el cual se realiza de forma tradicional. Actualmente, estos procesos han evolucionado con ayuda de la tecnología, por ejemplo, el uso de drones que, en el proceso de la limpieza, la marca Electrolux ha desarrollado una unidad en forma de esfera que posee tecnología de detección junto con 908 pequeños robots

voladores, que al recibir la orden de la unidad vuelan y limpian el polvo y la suciedad del espacio en el que este, estos drones también pueden realizar una difusión de productos aromatizantes.

Estas unidades realizan la detección por medio de fotografías las cuales son capturadas y eliminadas al instante para mayor privacidad. La implementación de estas nuevas tecnologías en limpieza hace que los huéspedes tengan mayor seguridad, ya que evita el ingreso del personal encargado de limpieza y dan un toque tecnológico a los hoteles.

4.3.2.2 Propuestas Estratégicas en Procesos.

Tabla 19. Propuestas Estratégicas en Procesos.

SUBDIVISION	PROPUESTA	DESARROLLO	FINALIDAD	DIRIGIDO
Servicio de Seguridad	Pulseras electrónicas	Implementar uso de pulseras electrónicas que permiten acceso directo a las habitaciones; impidiendo así la entrada de personas ajenas. Adicionalmente, esta pulsera permite el acceso a todas las zonas de recreación y comidas del hotel y electrónicamente hace los cargos directo a la cuenta del huésped. Evidentemente, es una inversión costosa y pueden hacerla solo algunos hoteles, los demás pueden implementarlo a través de tarjetas.	Brindar seguridad a los huéspedes.	Hoteles de 4-5 estrellas
	Lector ocular o biométrico	Implementar el lector ocular o biométrico (es decir mediante el uso de las huellas), para acceder a las habitaciones, esta estrategia se ha implementado en hoteles del país y a nivel internacional para brindar mayor seguridad.	Brindar seguridad a los huéspedes.	Hoteles de 4-5 estrellas
Procesos de Limpieza	Espacios “COVID FREE”	Contar con certificación de AENOR de Protocolos Frente al COVID-19, como una oportunidad para las	Certificar en medidas mundiales	Todos los hoteles

		<p>organizaciones de demostrar, ahora con el refuerzo de una norma de carácter internacional, su compromiso con la seguridad en la gestión de su actividad. La especificación UNE-ISO/PAS 45005 profundiza y detalla las medidas a tomar en apartados ya recogidos en la certificación de protocolos frente a COVID, pero también amplía su alcance tanto a ámbitos novedosos (liderazgo, participación y consulta, salud y bienestar psicológicos, inclusión, compromiso con la mejora) como a atributos transversales de seguridad básicos para las organizaciones, que se incluyen entre las medidas a tomar en el ámbito de la pandemia. Además, se trata de un estándar basado en el ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PDCA), por lo que su implantación y certificación podrá alinearse con otros sistemas de gestión y facilitará la coordinación de recursos y esfuerzos relevantes en la gestión de COVID-19. Así, la especificación UNE-ISO/PAS 45005 se convierte en el complemento necesario de la actual certificación de Protocolos frente al COVID-19 de AENOR.</p>	<p>contra el COVID-19</p>	
Procesos de Reserva	Reservas en motores de búsqueda de hoteles.	Realizar reservas por medio de aplicativos y de reservas por medio de buscadores o páginas web como Trivago, despegar,	Facilitar proceso de reversa a los clientes	Hoteles de 1-2 estrellas

		entre otras, en donde se puede presentar descuentos para reservas en determinados periodos de tiempo o en su defecto ofrecer descuentos por referidos.		
	Check-in virtual	Ofrecer alternativas para realizar el chek-in por medio de servicios de mensajería instantánea ya sea WhatsApp, Telegram o Wechat, para ofrecer servicios de mensajería y llamada gratis, redes sociales, un sistema de pago online, entre otros servicios	Agilizar proceso.	Hoteles de 3-5 estrellas.
	Software Administrativos	Uso de softwares de tipo contable, administrativo y organizacional permite que se lleven a cabo funciones complejas en poco tiempo, así como también permite que las tareas que antes tardaban más tiempo en desarrollarse se hagan de una manera más rápida.	Mejoramiento continuo de procesos internos.	Todos los hoteles.
Procesos Administrativos	Vincular a los clientes estableciendo un Networking.	Por parte del personal encargado de establecer el primer contacto con los clientes. identificar los trabajadores interesados que se encuentren hospedados en el hotel que pueden aprovechar para conocer las oportunidades empresariales de la ciudad y así establecer relaciones comerciales.		Todos los hoteles.

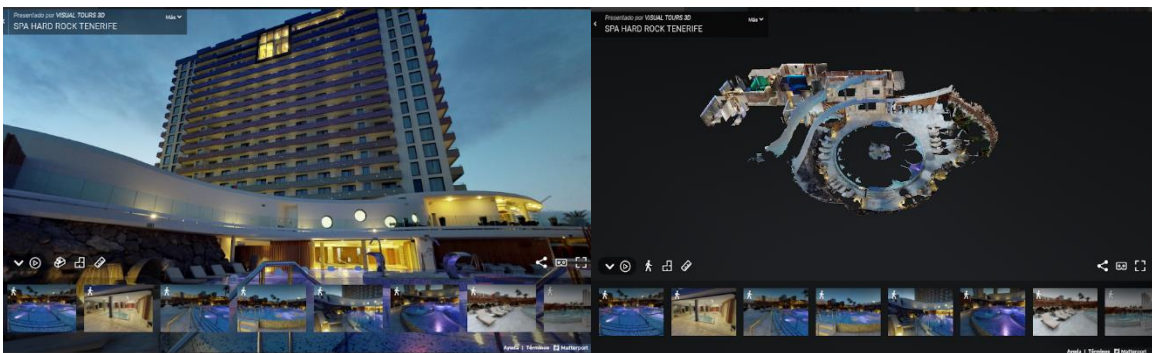
Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

4.3.3 Innovación en Marketing

La innovación en marketing , fundamenta la importancia, en la comercialización del producto o servicios que ofrece a sus clientes, en el sector hotelero se puede definir esta importancia, en la venta de un nuevo servicio, y como se da a conocer en el mercado, esto a su

vez según el manual de Oslo sobre innovación es un método de comercialización enfocado a satisfacer las necesidades de sus consumidores, de abrir nuevos mercados, y posicionarse de otra manera referente a la competencia que exista en la zona, los rasgos característicos de la innovación en marketing en el sector hotelero, es la implementación de nuevos medios tecnológicos y publicitarios para dar a conocer el servicio, que antes no se implementaban, esto representa un antes y un después para la empresa hotelera, ya que define la implementación de nuevas estrategias de mercadeo, otras formas de dar a conocer sus servicios, y la persistencia por la nueva estrategia de mercadeo, además se entiende por innovación en sector hotelero, un nuevo diseño, un cambio de concepto, traducido en el beneficio extra a sus clientes, beneficios que antes el hotel no prestaba (OCDE Y Eurostat, 2006).

4.3.3.1 Propuesta Hotel 360°



Fuente. Hotel Spa Hard Rock 360°

La promoción de hotelería y turismo a través de plataformas digitales se encuentra cada vez más orientada a contenidos compartibles, experienciales y no invasivos, esto se debe a que, cada vez el usuario cucuteño se vuelve más exigente al elegir lo que quiere consumir.

El concepto 360° ha revolucionado el campo audiovisual y ha llegado para marcar tendencias en el área del marketing digital, transformándose en una nueva forma de disfrutar videos y fotografías en la que puedes sentirte parte de la escena; casi como si estuvieras dentro de ella.

Las primeras impresiones lo son todo, por eso los recorridos virtuales en 360° invita a los potenciales clientes a tener una experiencia visual en donde se van a hospedar y así conocer la experiencia a cada detalle y todos los servicios que el hotel tiene por ofrecer, la tecnología de inmersión virtual es la que mejor se enfoca a los huéspedes. Los clientes pueden obtener una visión de su habitación desde cualquier dispositivo móvil y lugar, ampliando la información sobre los servicios y otras actividades del hotel mediante los puntos de información dentro del mismo tour.

Un hotel en la ciudad que apueste al marketing tecnológico ofreciendo transparencia en el servicio y logrando impulsar al usuario a decidirse reservar

Los eventos de negocio o festividades son uno de las principales necesidades que los clientes buscan en hoteles como Casino Internacional o Casa Blanca en la ciudad, así que la implementación de tours virtuales en estos grandes salones con capacidades de 700 personas es la mejor opción para recomendarles las vistas panorámicas de las salas, cada una de ellas teniendo la oportunidad de planificar cómo les gustaría que fuera su evento antes de llegar.

El objetivo de la implementación de tours virtuales en hoteles de la ciudad con tecnología 360° e interacción de gestos da fortalecimiento en los mecanismos de divulgación de información a futuros huéspedes de los hoteles, ya que esta tecnología ayuda a analizar las instalaciones para tener una base previa del diseño y servicios que ofrece y sus espacios. Por ello, se propone hacer uso de la multimedia que provee la interactividad con dispositivos de captura y la panorámica de alta definición del lugar, con lo cual se puede realizar un recorrido virtual interactivo, para que el usuario conozca, aprenda y sienta interés por el hotel que está conociendo.

4.3.3.2 Propuesta Estratégicas en Marketing

Al hacer un chequeo de la página web tiquetes baratos.com, se encuentran más de 30 hoteles registrados en la página web, hoteles ubicados en la ciudad de Cúcuta, hoteles como, casino internacional, ibis Cúcuta, Victoria Plaza, Casa Blanca, Tonchala, Hampton Inn By Hilton Cúcuta, Arizona Suites, Holiday Inn, entre otros (Tiquetes Baratos.com , 2015) lo importante a resaltar es que en la página web, se pueden encontrar directamente la tarifa por habitación, y la verificación del servicio adicional, que por lo general es la inclusión del desayuno en la tarifa de la habitación, habitaciones que oscilan entre \$ 150.000 y \$ 240.000 en promedio, también se puede observar fotos de las instalaciones y áreas sociales, con las cuales el turista puede contar con el alquiler de una habitación, esto respecto de los hoteles posicionados o calificados por estrellas entre tres y cuatro estrellas.

Revisando en la misma página web los hoteles ubicados en la ciudad de Cúcuta, calificados con menos de tres estrellas, encontramos: Hotel Manoa, Brumas De Curití Y Hotel Caobos Boutique (Tiquetes Baratos.com , 2015), de los anteriormente mencionados, se detalla la falta de fijación de tarifas, además de especificar si dentro de la tarifa se encuentra incluida e desayuno o cualquier otra clase de servicios, que le permitan al internauta y futuro turista, identificar de acuerdo al precio un beneficio a simple vista, o que le permita establecer la tarifa más adecuada a su bolsillo, distinguir que servicios adicionales se ofrece, para que el turista pueda optar según su criterio a la mejor opción.

Tabla 20. Propuestas Estratégicas en Marketing.

PROPUESTA	DESARROLLO	FINALIDAD	DIRIGIDO
Branding	Tomando de referencia en la gestión estratégica y el valor percibido por el consumidor, es importante aplicar procesos de innovación en: en la acomodación de la habitación. Así mismo establecer un logo que se encuentre	Posicionamiento de marca en la mente del consumidor.	Todos los hoteles

	en la infraestructura de las habitaciones.		
Marketing Red de Apoyo al Turista	Unificar una red de apoyo al turista en donde se le venda además de una habitación confortable la seguridad personal durante su estancia en el hotel, esto se podría implementar con la conformación de una red de apoyo con la policía metropolitana de Cúcuta, la adecuación de un logotipo que incluya la confirmación de una red de seguridad al turista en donde se le proporciones una línea de atención inmediata por solo estar hospedado en algún hotel de la ciudad.	Seguridad del viajero	Todos los Hoteles
Marketing Relacional	Establecer estrategia de marketing, que se incluya dentro de la pauta publicitaria adiciones a las fotos de instalaciones hoteleras, agregar a su base de fotográfica: fotos de las zonas de desinfección, certificación por parte de la secretaria de salud del norte de Santander, en donde se exprese el cumplimiento por parte del hotel en donde el usuario elija quedarse, generando una imagen de salubridad ante el cliente.	Dar a conocer qué medidas se están tomando contra el COVID-19	Todos los Hoteles

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

4.3.4 *Innovación en la Organización*

Según el manual de Oslo la innovación en organización está dirigida a mejorar los resultados de una empresa reduciendo los costos administrativos, como rasgo característico se distingue en la innovación de organización la introducción de cambios organizativos , que comprenden reestructuración al interior de la empresa en aras de mejorar sus relaciones exteriores comerciales, siempre con la proyección de implementar estrategias nunca antes utilizadas por las empresa misma, la innovación de organización en las prácticas empresariales exigen el acogimiento de nuevos métodos de organizar las rutinas de procedimiento, gestión del servicio siempre con el objetivo de optimizar y mejorar en la prestación del producto (OCDE Y Eurostat, 2006).

4.3.4.1 Propuesta de Jefes a Gestores de la Felicidad



Fuente. FreeJPN2020

Cada vez, son más las empresas a nivel mundial que buscan mantener un buen estado físico y psicológico de su talento humano. Los gestores de felicidad se basan en crear espacios en donde el trabajador tenga la oportunidad de tomar descansos en sus horas libres en áreas de relajación de hotel o hacer uso de las áreas fitness, servicios que se encuentran en la mayoría de organizaciones del sector hotelero. Desde hace años se habla cada vez más del concepto del salario emocional y de la felicidad como herramientas de gestión de personas para atraer el talento, retener a los mejores y ganar rentabilidad, que son algunos de los beneficios directos de los empleados.

Esta estrategia busca generar horarios más flexibles para la comodidad de los trabajadores ya que al encontrarse felices son más proactivos, aportan más ideas y promueven el desarrollo de la organización desde la innovación en todos los niveles de su estructura.

También se puede contar convenios con entidades de salud, donde el empleado pueda hacer uso de estas en cualquiera de sus tiempos libres, ya sea de consulta de medicina general, nutricionista o psicológica.

Un trabajador feliz reduce la fuga de talento humano y, por tanto, también el riesgo de invertir en formación futuras, funcionando también como captadores de talento externo. Un trabajador satisfecho da a conocer a su entorno, y proyecta ese bienestar a sus compañeros y clientes.

Un Gestor de la Felicidad ayudara en el sector a pasar de la reactividad a la proactividad y dedicar los esfuerzos en incrementar la productividad y competitividad de los trabajadores y, en consecuencia, de la organización.

4.3.4.2 Propuestas Estratégicas en la Organización.

Tabla 21. Propuestas Estratégicas en la Organización.

PROPUESTA	DESARROLLO	FINALIDAD	DIRIGIDO
Cursos o Capacitaciones	Capacitar al personal de los hoteles con cursos en áreas afines a las que se desarrollan en el hotel como Gastronomía, marketing, entre otras, para mantener las capacidades del personal actualizado con las últimas tendencias.	Obtener mayor conocimiento por medio del personal.	Todos los hoteles.
Generar espacios de comunicación asertiva	Donde todo el personal interno encargado del cliente pueda aprender o mejorar sus habilidades en sus procesos como tareas primarias y secundarias.	Desarrollo de competencias en el empleado interno	Todos los hoteles.
Convenios con entidades Educativas	Generar alianzas con entidades educativas para que los estudiantes se beneficien en crecer y ser proactivas en el Sector Hotelero, ya que las empresas también necesitan un capital social, es decir, un camino de conocimiento que se adquiere a partir de la relación con las universidades y los centros de conocimiento.	Beneficio mutuo entre los practicantes y el sector hotelero	Todos los hoteles
Just Stay	Combinar la calidad de la vida laboral con las instalaciones de un hotel aportando alojamiento con una tarifa especial por noche para aquellos empleados que trabajen hasta tarde y prefieran pasar la noche en el hotel.	Beneficio para el personal de la organización	Hoteles de 3 a 5 estrellas

Alianzas gastronómicas en el Sector	Se recomienda la estructuración de un comité de eventos gastronómicos en donde los hoteles de la ciudad se conviertan en sede gastronómica, para un evento particular, y semana a semana se incentive mediante la misma estrategia gastronómica, la visita de la infraestructura hotelera de la ciudad, sin importar si se hospeda o no en el mismo hotel, se den pases de cortesía por el hospedaje, para asistir a los eventos gastronómicos, los cuales tendrán por sede semana un hotel distinto, generando un plus adicional con ocasión del pago de la tarifa de hospedaje.	Dar a conocer la gastronomía de la ciudad y promover los servicios del hotel	Hoteles de 4-5 estrellas.
--	---	--	---------------------------

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

5 Conclusión de la Investigación

La investigación sobre la innovación en el sector hotelero en la ciudad de San José de Cúcuta, se basó esencialmente en 4 elementos de la innovación tomando como referente el manual de Oslo, estos elementos son los servicios, los procesos, el marketing y la organización; como apartes fundamentales de la innovación en cualquier sector económico.

A nivel regional el sector hotelero en la ciudad y en general a nivel internacional, se ha visto muy afectado por la pandemia causada por el Covid 19, alcanzando cifras bastante bajas; lo que ha impactado de manera negativa en la economía del sector, del país y de la ciudad.

Esta pandemia, ha traído consigo algunos procesos de innovación en los diferentes tipos de la misma, permitiendo una exploración a los hoteles de nuevas opciones de mejora que le generen seguridad, confianza y nuevas experiencias a los huéspedes. Esta investigación tenía como primer objetivo específico la investigación de la innovación en el sector hotelero de la ciudad; donde se logró evidenciar que estos elementos se encuentran en diferentes hoteles del nivel internacional; nacional y especialmente en algunos hoteles de la ciudad de San José de Cúcuta; como el Hotel Casino Internacional, el Holiday Inn, el By Hampton, entre otros que realmente se toman el tema de la innovación de una manera adecuada brindando un referente para los demás hoteles de la ciudad quienes pueden implementar estas estrategias.

El segundo objetivo está relacionado con la contextualización del sector hotelero en la ciudad; para lo cual se implementaron una serie de entrevistas y encuestas aplicadas a algunos hoteles de la ciudad; dando como resultado que la innovación se presenta especialmente en el área del marketing y del servicio, ya que en los procesos y la organización es muy poco lo que se ha adelantado al respecto.

Otro aspecto fundamental que puede ser extraído de este objetivo está relacionado con la confusión del concepto de innovación con el concepto de avance tecnológico. Este último realmente se encuentra inmerso dentro de la innovación sin embargo no es esencial para la misma. Algunas estrategias no cuentan ni requieren de avances tecnológicos para que cumplan su objetivo, por ejemplo; las estrategias de innovación en servicios o en marketing ya que existen otros medios diferentes al uso de la tecnología.

Finalmente; el último objetivo tenía como finalidad crear estrategias aplicables a estos 4 tipos de innovación y dentro de los cuales se plantean estrategias que tienen como finalidad que se innove en este sector basándose en las condiciones socio económicas de la ciudad; el rango de precios en el que se ubica el hotel y basándose también en la experiencia de otros hoteles.

6 Recomendaciones

Antes de finalizar, se desea sugerir algunas recomendaciones en base a los resultados a los que se llegó luego del presente estudio para dejar a consideración de los lectores o la comunidad educativa seguir futuras investigaciones sobre aspectos relacionados con la innovación el sector hotelero. A continuación, se enumera algunas recomendaciones:

1. De acuerdo a los resultados hallados en objetivo número uno, se deja ver que los hoteles con más aplicación de la innovación son los hoteles de 3 a 5 estrellas (auto calificación). En base a esto se recomienda realizar un estudio sobre los motivos o inconvenientes para que los hoteles de menor calificación (1 a 2 estrellas) no apliquen la innovación en alguno de los tipos de innovación planteados por el Manual de Oslo.
2. Con base en el análisis de la caracterización de los elementos de la innovación que inciden en el sector hotelero se aconseja realizar un análisis detallado por cada tipo de innovación contenidos en el Manual de Oslo, para conocer a minucia todos los cambios hechos por los hoteles que se consideren innovadores.
3. Y, por último, basados en este análisis se sugiere efectuar un estudio de viabilidad de un hotel temático en la ciudad de Cúcuta, para el avance del sector hotelero en la ciudad, favoreciendo la empleabilidad, el desarrollo y el turismo.

7 Elementos administrativos

7.1 Cronograma de actividades

Tabla 22. Cronograma de Actividades

Mes - Semana	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
Actividad																
1. Aprobación de la propuesta de grado																
2. Pautas para la búsqueda de la información																
3. Recolección de datos para el anteproyecto																
4. Planteamiento del problema y fundamentación teórica																
5. Descripción y análisis de la información recaudada																
6. Presentación del primer avance																
7. Búsqueda de información para el método de investigación (Población y muestra)																
8. Descripción y análisis de los resultados en las técnicas e instrumentos de recolección de datos																
9. Presentación del segundo avance																
10. Redacción y presentación final del proyecto de investigación																
11. Presentación del proyecto de investigación de grados al director																
12. Corrección y ajustes																
13. Entrega de proyecto final de grado																
14. Solicitud de sustentación																

Fuente: Laura Camila Rodríguez y Adriana Victoria Sáenz, 2021.

8 Bibliografía

- AENOR. (2020). *Certificación de Protocolos frente al COVID-19*. Obtenido de <https://www.aenor.com/certificacion/riesgos-y-seguridad/certificacion-de-protocolos-frente-al-covid-19>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2014). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2014). *El Proyecto de investigación. introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Bonti, J. L. (JUEVES de FEBRERO de 2021). *La facturación de los Hoteles Yatt se redujo 60% en 2020*. Obtenido de HOSTELTUR LATAM : https://www.hosteltur.com/lat/142401_la-facturacion-de-los-hoteles-hyatt-se-redujo-60-en-2020.html
- Buesa Blanco, M., & Morelo Zayas, J. (1996). *Tamaño Empresarial Innovación tecnológica en la economía Española*. Madrid: Documentos de trabajo del IAIF.
- CARACOL. (1 de abril de 2021). *CARACOL Radio Cucuta*. Obtenido de Cotelco busca proyectar el turismo en Norte de Santander: https://caracol.com.co/emisora/2021/04/02/cucuta/1617339253_597458.html
- COTELCO. (02 de febrero de 2021). *2020: año nefasto para la hotelería en Colombia*. Obtenido de https://www.cotelco.org/noticias/ocupacion_2020

DECRETO 580 , 580 (Presidencia de la Republica 31 de Mayo de 2021).

Drucker, P. (2004). *La disciplina de la innovación*. Harvard Business School Publishing Corporation.

El Tiempo. (27 de septiembre de 2014). *El mejor capítulo del turismo en Colombia. Cifras alentadoras revelan un crecimiento del 8,4 % y divisas por 4.758 millones de dólares*.
Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/llegada-de-extranjeros-a-colombia/14600022>

El Tiempo. (06 de 02 de 2020). *Ocupación hotelera en Colombia batió récord durante el 2019*.
Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/ocupacion-hotelera-en-colombia-batio-record-durante-el-2019-459646>

Eurostat, O. y. (2008). Manual de Oslo Guía para la Recogida e Interpretación de Datos Sobre Innovación.

Food and Pleasure. (4 de junio de 2019). *FOOD AND PLEASURE*. Obtenido de Los 10 hoteles temáticos asombrosos y originales del mundo: <https://foodandpleasure.com/hoteles-tematicos-asombrosos-del-mundo/>

González, D. (2007). *La influencia de la innovación tecnológica, la orientación al mercado y el capital relacional en los resultados de las empresas de un sector de alta tecnología. Aplicación a la industria del software de México*. Valencia: Universidad Politecnica de Valencia.

Guerrero, J. J., & Espinosa, J. F. (2017). Norte de Santander, Colombia. Turismo históricocultural, naturaleza y aventura: apuesta estratégica para la proyección

departamental en el posconflicto. *International Journal of scientific Management and Tourism*, 150.

GUTIÉRREZ, H. (27 de DICIEMBRE de 2020). *EL PAIS.COM*. Obtenido de EL PAIS.COM:
<https://elpais.com/economia/2020-12-27/el-turismo-cierra-su-peor-ano-en-medio-siglo-por-la-pandemia.html>

Hamel, G., & Breen, B. (2008). *El Futuro de la Administración*. Bogotá: Norma.

imeanticipa. (23 de abril de 2020). *Hoteles en el POST-Covid: medidas y buenas prácticas*.

Obtenido de <https://www.google.com/search?q=Respecto+al+check-in%2C+muchos+hoteles+realizan+la+gesti%C3%B3n+a+trav%C3%A9s+aplicaciones.+En+China+ya+se+ha+generalizado+Programas+de+la+app+WeChat%2C+que+ofrece+servicios+de+mensajer%C3%ADa+y+llamada+gratis%2C+redes+soci>

Instituto Tecnológico Hotelero. (2013). *Memoria Anual 2013*. Madrid.

Inturea. (23 de Diciembre de 2020). *Inturea.com*. Obtenido de Inturea.com:

<https://inturea.com/el-top-10-de-los-hoteles-mas-innovadores/>

Jiménez, L. F. (1986). *Teoría turística, un enfoque integral del hecho social*. Bogotá:

Universidad Externado de Colombia.

La Opinión. (22 de junio de 2021). *La Opinión*. Obtenido de Balance positivo para Norte de

Santander en la Vitrina Turística Anato :

<https://www.laopinion.com.co/economia/balance-positivo-para-norte-de-santander-en-la-vitrina-turistica-anato>

- Lozada, e. a. (2013). *Estudio de casos sobre la innovación tecnológica en empresas del sector turístico en Holguín*. Obtenido de <https://www.uho.edu.cu/industrial/monograf%C3%ADas/turismo/15/13>
- Martínez, N. (23 de 08 de 2016). *Esto es lo que ofrecen los hoteles más tecnológicos de la Tierra*. Obtenido de <https://www.nobbot.com/redes/hoteles-tecnologicos/>
- Martinez-Lopez, A. M., & Vargas- Sanchez, A. (10 de 02 de 2013). *Factores con un especial impacto en el nivel de innovación del sector hotelero español*. Huelva, España.
- MINCIT. (24 de 02 de 2020). *¿En 2019 el turismo en Colombia rompió récords!* Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>
- Morles, V. (1994). Guía para la elaboración y evaluación de proyectos de investigación. *Revista de Pedagogía*, 54.
- Murillo Torrecilla, J. (s.f.). *La entrevista*.
- Norma UNE 166000. (2002). *Terminología y definiciones de las actividades de I+D+i*.
- NORTE COMPITE. (10 de junio de 2021). *Comisión Regional de Competitividad e Innovación-Norte de Santander*. Obtenido de COTELCO- Norte de Santander: <https://nortecompite.org/cotelco-norte-de-santander/>
- OCDE y Eurostat. (1997). *Medición de las Actividades Científicas y Tecnológicas. Directrices propuestas para recabar e interpretar datos de la innovación tecnológica*.
- OCDE y Eurostat. (2005). *Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Tercera Edición.

OCDE Y Eurostat. (2006). *Manual de Oslo*. Oslo : Tragsa.

OCDE y Eurostat. (2018). *Manual de Oslo, Directrices para recopilar, informar y utilizar datos sobre innovación, 4ª edición*(*Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition*). Paris/Eurostat, Luxemburgo: The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD.

Ochoa, C. (8 de abril de 2015). *Netques*. Obtenido de Muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>

OMT. (2013). *El turismo como inductor del desarrollo, de la inclusión social y de la integración regional*.

Pérez, C. (1991). *El nuevo patrón tecnológico: microelectrónica y organización*. Caracas, Venezuela: Universidad de Caracas Venezuela.

Revista Portafolio. (23 de abril de 2015). *En 12 años, Colombia se desatrasó en hotelería*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/12-anos-colombia-desatraso-hoteleria-34830>

Rodríguez Antón, e. a. (2009). *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*. Madrid, España: Delta Publicaciones.

Suárez, F. (1994). *Competitividad de las empresas*. Valparaíso, Chile: Estudios Públicos.

Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.

Tiquetes Baratos.com . (2015). *Tiquetes Baratos.com*. Obtenido de Tiquetes Baratos.com:

<https://viajes.tiquetesbaratos.com/cartagena/hoteles?SortField=Ranking&Page=5>

Trespacios, J., Vázquez, R., & Bello, L. (2005). *Investigación de Mercados*. Madrid: Thomson.

TripAdvisor LLC. . (2021). *tripadvisor.com*. Obtenido de tripadvisor.com:

<https://www.tripadvisor.co/HotelsList-Bogota-Hotels-With-Shuttle-zfp12872035.html>

Anexos

Anexo 1. Encuesta.



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA SECTOR HOTELERO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

OBJETIVO: Recabar información, que permita contextualizar la innovación en el sector hotelero de la ciudad de San José de Cúcuta. Para su información, la aplicación de esta encuesta y la información brindada por usted, es de carácter confidencial, con el objeto de ser utilizado con fines únicamente académicos, en la realización de la presente investigación.

Núm. De estrellas del hotel: _____

Precio aproximado de la noche: _____

Núm. de personal operativo: _____

Núm. De personal administrativo: _____

1. ¿En cuál de los siguientes servicios ha innovado el hotel?

- A. Hospedaje
- B. Servicio de alimentación
- C. Room service
- D. Servicios de recreación
- E. Servicios de turismo
- F. Servicios de transporte
- G. Otros: _____

2. ¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos servicios?

SI _____ NO _____ OTRO _____

3. ¿En cuál de los siguientes procesos ha innovado el hotel?

- A. Proceso de limpieza
- B. Procesos de mantenimiento
- C. Procesos administrativos
- D. Procesos contables
- E. Procesos de inventarios
- F. Otros: _____

4. ¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos procesos?

SI _____ NO _____ OTRO _____



5. ¿En cuál de los siguientes aspectos relacionados con el marketing ha innovado el hotel?
- A. Canales de información
 - B. Página Web
 - C. Mercadeo interno
 - D. Mercadeo externo
 - E. Redes sociales
 - F. Motores de búsqueda de hoteles
 - G. Otros: _____
6. ¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos aspectos relacionados con la mercadotecnia?
- SI _____ NO _____ OTRO _____
7. ¿En cuál de los siguientes aspectos relacionados con la organización ha innovado el hotel?
- A. Organización en el área administrativa
 - B. Organización en el área de servicios generales
 - C. Organización en el área contable
 - D. Organización en el área de sistemas
 - E. Organización en el área de mantenimiento
 - F. Otros: _____
8. ¿Han sido útiles o ha incrementado sus ingresos, el hecho de innovar en estos aspectos relacionados con la organización?
- SI _____ NO _____ OTRO _____

GRACIAS

Anexo 2. Entrevista



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA SECTOR HOTELERO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

OBJETIVO: Recabar información, que permita contextualizar la innovación en el sector hotelero de la ciudad de San José de Cúcuta. Para su información, la aplicación de esta encuesta y la información brindada por usted, es de carácter confidencial, con el objeto de ser utilizado con fines únicamente académicos, en la realización de la presente investigación. Por favor lea con atención las definiciones aquí estipuladas para mayor comprensión.

“La innovación, es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto o servicio, o un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores” (Manual de Oslo, 2000, pág. 50).

“La innovación de servicios pueden incluir mejoras significativas en la manera en que estos servicios se presten, la adición de nuevas funciones o características a servicios existentes o la introducción de servicios enteramente nuevos” (Manual de Oslo, 2000, pág. 60).

1 ¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de los servicios que presta?

“Una innovación de proceso es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, procesos de producción, distribución, o cualquiera relacionado, esto implica cambios significativos en las técnicas, materiales y/o los programas informativos” (Manual de Oslo, 2000, pág. 61).

2 ¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de los procesos que tiene el hotel?



ENTREVISTA SECTOR HOTELERO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

“La innovación de la mercadotecnia es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño de un servicio, su posicionamiento o promoción. Las innovaciones de mercadotecnia tratan de satisfacer mejor la necesidad de los consumidores, de abrir nuevos mercados o de posicionar en el mercado de una nueva manera un servicio de la empresa con el fin de aumentar las ventas” (Manual de Oslo, 2000, pág. 62).

3 ¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de la mercadotecnia?

“Una innovación de organización es la introducción de un nuevo método organizativo en las practicas, organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa” (Manual de Oslo, 2000, pág. 63).

4 ¿En qué aspectos considera que su hotel ha innovado respecto de los procesos que tiene el hotel?

GRACIAS