



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

TEMA:

“USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA DE LA CIUDAD DE IBARRA”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniería en la Especialidad de Turismo

AUTORA: Trujillo Erazo Andrea Consuelo

DIRECTOR: MSc. Marco Valencia

Ibarra, Febrero 2017

RESUMEN EJECUTIVO

Las Tecnologías de la Información y Comunicación facilitan la vida del ser humano; las TIC han generado cambios en el ámbito empresarial principalmente en el sector de alojamiento que cada vez es más competitivo. Por tal motivo este documento presenta un análisis de la situación tecnológica actual de 28 establecimientos de alojamiento de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra y ofrece una solución a los problemas encontrados, para lo cual se cumplió con los siguientes objetivos: Identificar los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de Ibarra; Determinar los equipos tecnológicos que actualmente utilizan las empresas de alojamiento en los procesos operaciones; Identificar las herramientas tecnológicas utilizadas para la promoción y comercialización de sus servicios y Diseñar una propuesta que permita establecer los medios y estrategias tecnológicas más efectivas para operar y comercializar a los establecimientos de hospedaje. Con la finalidad de cumplir estos objetivos se realizó investigación de campo y documental aplicando diferentes métodos, técnicas e instrumentos de indagación como: encuestas, fichas de observación y de registro, dirigidas a los empresarios hoteleros y sus clientes. Se concluyó que los de primera categoría están más actualizados en cuanto a tecnología a diferencia de los de segunda que realizan todos sus procesos operativos manualmente y dejan de lado la utilización de herramientas digitales tan básica como un computador o promocionarse por redes sociales, pagina web. El resultados de la investigación generó la necesidad de diseñar una guía metodológica de las principales TIC que sea de fácil manejo para los empresarios y trabajadores hoteleros, repercutiendo en mayor afluencia de visitantes y por ende mejor desarrollo socio-económico de todos los que forman su grupo de trabajo y de quienes los visiten.

SUMMARY

The Information and communication technology have made easier the human beings' life over time; The TIC have generated changes in business, mainly lodging, it has been increasingly as competitive market everyday. For that reason, the main objective of this accommodation places in Ibarra city, they are of First and Second level and it could offer a solution for their problems, it was accomplished with these objectives: To identify First and Second category hotels from Ibarra, to determine the technological tools used for the operation of hosting companies at the present time, to identify the main technology for the marketing of their services and finally to desing a proposal, which would establish a better effective media and technological strategies to improve their work and commercialization of their lodging businesses. In order to fulfill these objectives, a field and documentary research was carried out, applying different methods, techniques and tools, such as: surveys, observation and registration forms directed to hoteliers and customers. In addition, the information was collected by their characteristics, 28 accommodation places of First and Second category from Ibarra city. Once the registration forms were applied, it was determined that the First Categories lodges are more updated in terms of technology unlike the Second Category, which carry out all their operational processes by hand, leaving aside digital tools as a computer or promoting themselves on social networks, web pages and others. The result of this research generated a need to provide an educational and easy tool with the main TIC for entrepreneurs and hotel workers; therefore, it will allow increasing visitors to get a better socio-economic development.

KEYWORDS: Business, tools, lodges, entrepreneurs, hoteliers

AUTORÍA

Yo, **ANDREA CONSUELO TRUJILLO ERAZO**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100318005-4 declaro bajo juramento que el trabajo “USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA DE LA CIUDAD DE IBARRA” aquí descrito es de mi autoría, ha sido desarrollado con ideas propias, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado; ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Trujillo Erazo Andrea Consuelo
C.I. 100318005-4

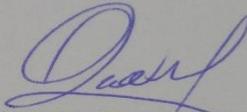
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita: **Trujillo Erazo Andrea Consuelo** con número de cédula 100318005-4, previo a la obtención del Título de Ingeniería en la carrera de Turismo, cuyo tema es “USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA DE LA CIUDAD DE IBARRA” .

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.

Esto es lo que puedo certificar por ser justa y legal.

En la ciudad de Ibarra a los 22 días del mes de Febrero del 2017



MSc. Marco Valencia
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE LA AUTORA DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Trujillo Erazo Andrea Consuelo** con número de cedula 100318005-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA DE LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN TURISMO, en la Universidad Técnica del Norte, quedando ésta facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora, me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que realizo la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Trujillo Erazo Andrea Consuelo

C.I. 100318005-4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documentado dejen sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA:	100318005-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Trujillo Erazo Andrea Consuelo
DIRECCIÓN:	Honduras s/n y Brasil – Ciudadela del Chofer
EMAIL:	andyconsuelo90@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0997659592

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Usos de las tecnologías de la información y comunicación en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra”
AUTOR (ES):	Trujillo Erazo Andrea Consuelo
FECHA: AAMMDD	2015-08-09

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO (X) POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Marco Valencia

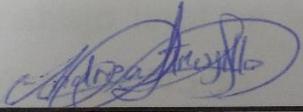
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Trujillo Erazo Andrea Consuelo** con cédula de ciudadanía N° 100318005-4 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra, objeto de la presente autorización es original en su desarrollo, sin violar derechos de autora de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa del a Universidad Técnica del Norte en caso de reclamación por parte de Terceros.

LA AUTORA:



Trujillo Erazo Andrea Consuelo
C.I. 100318005-4

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado con mucho cariño a todas las personas que permanecen siempre a mi lado brindándome su apoyo y comprensión, en especial a mi madre y hermanos (Matías y Josué) que son el principal motivo e inspiración para lograr mis metas.

Gracias infinitas por siempre permanecer junto a mí en los buenos y malos momentos y por impulsarme a seguir estudiando a pesar de los tropiezos que se han presentado a lo largo del camino, son mi fuerza diaria para seguir adelante.

Los amo mucho.

ANDREA TRUJILLO

AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente a Dios por darme la fortaleza para seguir adelante y luchar día a día por un mejor porvenir.

En este largo camino para obtener mi título profesional fueron muchas la personas que me brindaron su apoyo de distintas forma; les agradezco a todas ellas en especial a los 28 establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra que abrieron sus puertas muy cordialmente para obtener toda la información que necesitaba para el desarrollo de la investigación dándome la oportunidad de culminar mi trabajo de grado y crecer profesionalmente.

A mi querida “Universidad Técnica del Norte” por sus enseñanzas y a mis profesores que con su paciencia y dedicación supieron transmitir sus conocimientos.

A mi director de tesis Msc. Marco Valencia por sus orientaciones y apoyo durante la investigación.

Y en general a todos quienes colaboraron y estuvieron vinculados en el desarrollo y finalización de este proyecto.

ANDREA TRUJILLO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE LA AUTORA DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO	X
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XI
INDICE DE TABLAS	XVI
INDICE DE FIGURAS	XVIII
INDICE DE ILUSTRACIONES	XIX
INTRODUCCIÓN	XX
CAPÍTULO I	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Presentación del capítulo	1
1.2. Antecedentes	1
1.3. Planteamiento del Problema	3
1.4. Formulación del Problema.....	5
1.5. Delimitación	5
1.5.2. Delimitación Espacial.	5
1.5.3. Delimitación Temporal.....	5
1.6. Interrogantes de Investigación	5
1.7. Objetivos	6
1.7.1. Objetivo General.....	6
1.7.2. Objetivos Específicos.....	6
1.8. Justificación	7
CAPÍTULO II	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Presentación del Capítulo	9
2.2. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)	9
2.2.1. Definición de TIC.	9
2.2.2. Características de las TIC.....	11

2.2.3.	Importancia de las TIC.....	12
2.2.4.	Ventajas del uso de las TIC.....	13
2.2.5.	Evolución de las TIC.....	14
2.2.5.1.	<i>Etapa de la informática.</i>	14
2.2.5.2.	<i>Etapa del Internet.</i>	15
2.2.6.	Nuevas Tecnologías de la Información (NTIC).	17
2.2.6.1.1.	<i>La Web 1.0 (Década de los 90).</i>	18
2.2.6.1.2.	<i>La Web 2.0: Virtualización.</i>	18
2.2.6.2.	<i>Uso de las TIC a nivel mundial.</i>	19
2.2.7.	Usos de las TIC.	21
2.2.7.1.	<i>Uso de las TIC en Ecuador.</i>	22
2.2.8.	Reputación en Línea.....	24
2.3.	Turismo	25
2.3.1.	Definición de Turismo.	25
2.3.2.	Importancia del Turismo.....	25
2.3.3.	Definición de Hotel.	26
2.3.4.	Características de la Industria Hotelera.....	26
2.3.5.	Importancia de la Industria Hotelera.....	27
2.3.6.	Clasificación de la Industria Hotelera.	28
2.3.6.1.	<i>Internacional.</i>	28
2.3.6.2.	<i>Nacional- Ecuador.</i>	29
2.3.7.	Situación Hotelera a nivel mundial	30
2.3.8.	Situación Hotelera en la Provincia de Imbabura.	32
2.3.9.	Organizaciones Internacionales que regulan a la Industria Hotelera.....	34
2.3.9.1.	<i>Organización Mundial del Turismo (OMT).</i>	34
2.3.9.2.	<i>Cosutal.</i>	35
2.3.9.3.	<i>Organización de las Naciones Unidas UNESCO.</i>	35
2.3.9.4.	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.....	36
2.3.9.5.	<i>Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes.</i>	36
2.3.10.	Organizaciones Nacionales del Sector Turístico Hotelero.	36
2.3.10.1.	<i>Ministerio de Turismo.</i>	36
2.3.10.2.	<i>Gobiernos Autónomos Descentralizados.</i>	36

2.3.10.3.	<i>Asociación Hotelera Nacional del Ecuador (AHOTEC)</i>	37
2.4.	Relación de las TIC con el sector Turístico	37
2.5.	TIC en Turismo	39
2.5.1.	Sistemas globales de distribución (GDS).....	40
2.5.2.	Portales Web.....	41
2.5.3.	Portales Web Turísticos.	41
2.5.4.	TIC en la Industria Hotelera.	42
2.5.4.1.	<i>Software de Gestión Hotelera (PMS)</i>	43
2.5.4.2.	<i>Sistema de Centralización de Reservas (CRS)</i>	43
2.5.4.3.	<i>Gestión de la Relación con el Cliente (CRM)</i>	43
2.5.4.4.	<i>Herramientas que brinda la Web 2.0</i>	45
2.5.4.4.1.	<i>Blogs</i>	45
2.5.4.4.2.	<i>Redes sociales</i>	45
2.5.4.4.3.	<i>Página web</i>	47
2.5.4.4.4.	<i>Agencias de viaje on-line</i>	47
2.5.4.4.5.	<i>Computadoras de Bolsillo y Telefonía Celular</i>	48
2.6.	Marco Legal.....	48
2.7.	Comercialización Digital en la Industria Turística Hotelera	50
2.7.1.	Definición de Marketing Digital.	50
2.7.2.	Beneficios del Marketing Digital.	51
2.7.3.	Marketing Digital en las distintas fases de viaje del Cliente.....	52
CAPÍTULO III		54
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.1.	Presentación del Capítulo	54
3.2.	Tipo de Investigación.....	54
3.2.1.	Investigación documental.....	54
3.2.2.	Investigación de campo.	55
3.2.3.	Investigación propositiva.	55
3.3.	Métodos de investigación.....	55
3.3.1.	Método inductivo-deductivo.	56
3.3.2.	Método analítico-sintético.....	56
3.3.3.	Método cuantitativo.	56

3.3.4.	Método cualitativo.....	56
3.4.	Técnicas de investigación.....	57
3.4.1.	Fichas de registro.....	57
3.5.	Población.....	58
3.6.	Muestra.....	59
CAPÍTULO IV.....		61
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	61
4.1.	Presentación del Capítulo.....	61
4.2.	Análisis de Resultados.....	63
4.2.1.	Análisis e interpretación de Fichas.....	63
4.2.1.1.	Ficha de registro N° 1.....	63
4.2.1.2.	Ficha de registro N° 2.....	73
4.2.1.3.	Ficha de registro N° 3.....	78
4.2.1.4.	Ficha de registro N° 4.....	84
4.2.2.	Análisis de la Encuesta.....	113
4.2.2.1.	Análisis global de la Encuesta.....	122
4.3.	Discusión de Resultados.....	124
CAPÍTULO V.....		126
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	126
5.1.	Presentación del Capítulo.....	126
5.2.	Conclusiones.....	126
5.3.	Recomendaciones.....	128
CAPÍTULO VI.....		130
6.	PROPUESTA ALTERNATIVA.....	130
6.1.	Título de la Propuesta.....	130
6.2.	Antecedentes.....	130
6.3.	Objetivos.....	131
6.3.1.	General.....	131
6.3.2.	Específicos.....	131
6.4.	Justificación.....	131
6.5.	Fundamentación.....	132
6.5.1.	Fundamentación Socioeconómica.....	133
6.5.2.	Fundamentación Turística y Tecnológica.....	133

6.5.3.	Fundamentación Educativa.....	133
6.6.	Ubicación sectorial y física	134
6.7.	Desarrollo de la Propuesta.....	135
6.7.1.1.	<i>Página de portada</i>	136
6.7.1.3.	<i>Índice de Contenidos</i>	137
6.8.	Difusión	167
6.8.1.	Costos de Inversión.....	168
6.9.	Impacto de la Propuesta	168
6.9.1.	Impacto Social.....	168
6.9.2.	Impacto Económico.....	168
6.9.3.	Impacto Turístico.....	169
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	170
8.	GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	174
9.	ANEXOS	177
9.1.	Árbol de Problema	177
9.2.	Matriz de Coherencia.....	178
9.3.	Matriz Metodológica.....	179
9.4.	Catastro de Establecimientos Hoteleros.....	180
9.5.	Capacidad Hotelera.....	181
9.6.	Ficha de Registro N° 1.....	182
9.7.	Ficha de Registro N° 2.....	183
9.8.	Ficha de Registro N° 3.....	184
9.9.	Ficha de Observación N° 4.....	185
9.10.	Formato de Encuesta a Clientes de los Establecimientos Hoteleros.....	186
9.11.	Porcentaje De Plagio	188

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Equipamiento de TIC a nivel nacional	23
Tabla 2	Marketing Digital en las fases de viaje del Cliente	52
Tabla 3	Base de Informantes.....	59
Tabla 4	Ordenadores.....	63
Tabla 5	Sistema Telefónico.....	65
Tabla 6	Ofimática (Word, Excel...).....	66
Tabla 7	Conexión a Internet	67
Tabla 8	Intranet	68
Tabla 9	Sistema de Tele-Vigilancia	69
Tabla 10	CRM	70
Tabla 11	Software de Gestión Hotelera	71
Tabla 12	Sistema de Centralización de Reservas	72
Tabla 13	TV en Habitaciones	73
Tabla 14	Acceso a programación	74
Tabla 15	Conexión Inalámbrica	75
Tabla 16	Sensores de Movimiento.....	76
Tabla 17	Sistemas de pago electrónico.....	77
Tabla 18	Correo Electrónico	78
Tabla 19	Redes Sociales	79
Tabla 20	Página Web.....	80
Tabla 21	Portales de Reserva	82
Tabla 22	Geolocalización del Hotel	83
Tabla 23	Establecimientos de Hospedaje de la ciudad de Ibarra	112
Tabla 24	Nivel de Educación	113
Tabla 25	Equipos tecnológicos	114
Tabla 26	Internet Inalámbrico en el Hotel	115
Tabla 27	Existencia del establecimiento en el cual se Hospeda	116
Tabla 28	Confirmación de Alojamiento.....	117
Tabla 29	Importancia de la Web Turística	118

Tabla 30 Redes Sociales	119
Tabla 31 Nivel Tecnológico.....	120
Tabla 32 Preparación Tecnológica	121
Tabla 33 Costos de Diseño y Difusión de la Guía	168
Tabla 34 Catastro Turístico de Ibarra	180
Tabla 35 Capacidad Hotelera de la ciudad de Ibarra 2015	181

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Establecimientos Hoteleros de Primera y Segunda categoría de Ibarra ...	62
Figura 2. Ordenadores.....	63
Figura 3. Sistema Telefónico Convencional	65
Figura 4. Ofimática (Word, Excel.....)	66
Figura 5. Conexión a Internet.....	67
Figura 6. Intranet.....	68
Figura 7. Sistema de Tele-vigilancia	69
Figura 8. Programa de Registro de Clientes.....	70
Figura 9. Software de Gestión Hotelera.....	71
Figura 10. Sistema de Centralización de Reservas.....	72
Figura 11. TV en Habitación	73
Figura 12. Acceso a Programación	74
Figura 13. Conexión Inalámbrica.....	75
Figura 14. Sensores de Movimiento	76
Figura 15. Sistemas de Pago Electrónico	77
Figura 16. Correo Electrónico.....	78
Figura 17. Página Web	80
Figura 18. Portales de Reserva.....	82
Figura 19. Geolocalización del Hotel.....	83
Figura 20. Nivel de Educación	113
Figura 21. Equipos Tecnológicos más usados por los clientes.....	114
Figura 22. Internet inalámbrico en el Hotel.....	115
Figura 23. Existencia del establecimiento en el cual está Hospedado	116
Figura 24. Confirmación de Alojamiento	117
Figura 25. Importancia de la Web Turística	118
Figura 26. Redes Sociales	119
Figura 27. Nivel Tecnológico	120
Figura 28. Preparación Tecnológica Hotelera	121

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Características del internet	16
Ilustración 2 Ventajas de las NTIC	18
Ilustración 3 Fenómenos del Turismo	25
Ilustración 4 Establecimientos de Hospedaje de la Provincia de Imbabura	33
Ilustración 5 Establecimientos Hoteleros del Cantón Ibarra	34
Ilustración 6 Ubicación Sectorial	134

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha cambiado el ritmo de operar y promocionar los negocios; el sector empresarial principalmente el turístico es el que mayor beneficio ha obtenido con el progreso tecnológico ya que han visto en este desarrollo una forma fácil y útil de transmitir información y mantener una buena comunicación y difusión de un producto o servicio con sus consumidores o clientes.

El presente trabajo analiza la importancia que tienen las TIC en el ámbito empresarial hotelero a nivel mundial, centrándose en conocer las herramientas tecnológicas que han sido incorporadas al proceso productivo de los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra. Para tal efecto se desarrolló los siguientes capítulos:

El Capítulo I, hace referencia a los argumentos que permitieron plantear el problema de investigación, los antecedentes, la formulación del problema y las preguntas de investigación trazadas, identificado los objetivos a desarrollarse en el proceso y las razones que justifican el porqué del trabajo de investigación.

El Capítulo II, describe la fundamentación teórica de la investigación, mencionando conceptos, importancia y ventajas de las TIC; además se refiere a las TIC en el ámbito Turístico involucrando a los programas y equipos más utilizados en el ámbito hotelero que ayudan a tener un mejor nivel competitivo a nivel nacional e internacional. Todos estos datos han sido recopilados de una serie de textos y documentos web con la intención de familiarizarnos con el tema y presentar todas las ventajas, así como inconvenientes de la utilización de las herramientas tecnológicas en el sector turístico hotelero.

El Capítulo III, da a conocer la metodología a aplicarse: métodos, técnicas y herramientas que se utilizaron al momento de la investigación.

El Capítulo IV, analiza e interpreta los resultados de las fichas de registro y encuestas aplicadas donde se evidencia y se describe la realidad del problema.

El Capítulo V, proceden del análisis e interpretación de resultados y de los objetivos planteados en esta investigación, indica las conclusiones y recomendaciones a aplicarse en el desarrollo de la propuesta.

El Capítulo VI, expone la propuesta alternativa como solución a la problemática encontrada en el proceso; exponiendo de manera clara y visual qué beneficios aportan las TIC a los establecimientos hoteleros y cómo se utilizan las herramientas tecnológicas más habituales y acordes para el sector, centrándose en cómo promocionar un negocio de alojamiento en Internet, justificando la investigación realizada y convirtiendo esta tesis en una valiosa guía de consulta tanto para directivos, empresario y trabajadores hoteleros en cuanto al uso y adopción de las TIC.

Finalmente se muestra los Anexos que ayudaron a obtener la información requerida para realizar la investigación como son la matriz de coherencia, árbol de problemas, formato de fichas y encuesta que se utilizó en el trabajo de campo.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Presentación del capítulo

En este capítulo se da a conocer el planteamiento del problema, sus antecedentes, justificación, causas y efectos que generan el insuficiente uso de las TIC en los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra, además se determina los objetivos que servirán de base para la investigación.

1.2. Antecedentes

En los últimos veinte años el progreso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) aumentó con el apareamiento del Internet, dispositivos móviles y redes sociales. El desarrollo tecnológico en instituciones, empresas y personas ha colocado a la sociedad en un sistema comercial digital, y tanto la oferta (hoteles, restaurantes, operadores, transportes, entre otros) como la demanda (viajeros y consumidores locales, regionales e internacionales) disponen de conexiones digitales a través de programas, aplicaciones (google maps) y dispositivos móviles (Tablet o Smartphone) que están al alcance de la mayoría de las personas en el mundo permitiendo al ser humano acortar distancias y llegar digitalmente hacia nuevos destinos como una Isla paradisíaca en Centroamérica o recorrer los países del viejo continente tan solo con poseer un dispositivo y la conexión digital correcta, permitiendo una mejor experiencia y creando en el posible cliente una mayor expectativa por recibir un determinado servicio.

Hoy en día gracias al Internet todos tiene acceso a la información en tiempo real, no importa en qué lugar del globo terráqueo se encuentre basta con abrir un navegador para obtener la información.

Las páginas webs, redes sociales y demás medios tecnológicos se han convertido en una herramienta tecnológica fundamental para el desarrollo económico y mejoramiento de la productividad empresarial de cualquier actividad que se realice.

Los mejoramientos tecnológicos han beneficiado significativamente al sector turístico; permitiendo la difusión nacional e internacional de un producto donde los visitantes y posibles clientes pueden conocer lo que se oferta en cualquier territorio, siendo beneficioso para las diversas empresas del sector debido a que no necesita de una presencia física para ofrecer sus productos o servicios.

En el sector hotelero a nivel mundial las TIC ofrecen un contacto más directo entre cliente y establecimiento permitiendo mejorar la economía de la empresa y creando un vínculo de fidelidad que durara mientras se cumpla sus expectativas.

En la ciudad de Ibarra el turismo es un sector económico importante para el sustento y desarrollo de sus habitantes, en relación a la oferta de hospedaje cuenta con centros de alojamiento de variadas características dispuestos a complacer las exigencias de los visitantes, por todo esto es importante que estos establecimientos se mantengan a la vanguardia tecnológica; iniciando por sus propietarios que deben estar preparados para ver a la innovación como inversión y no como pérdida y el personal que prestan sus servicios deben estar capacitados en la manera correcta de utilizar las TIC a fin de mejorar la experiencia de los usuarios y consumidores del sector de alojamiento de la ciudad de Ibarra. Se analizará que herramientas tecnológicas poseen y que sistemas de información tecnológicas deberían implementar en la prestación de sus servicios como blogs, páginas web, redes sociales, aplicaciones, servicios en línea, entre otros., que mejoren su productividad y permitan conocer en profundidad las necesidades, comportamiento y deseos del cliente.

1.3. Planteamiento del Problema

Ibarra, como capital de la provincia de Imbabura, acoge a la mayor cantidad de establecimientos hoteleros de la región, entre hoteles de cuatro, tres y dos estrellas (hoteles, hostales, residencias y moteles). Los equipos y programas tecnológicos orientados hacia la información y comunicación son muy utilizados en el sector turístico a nivel mundial; en el caso de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Ibarra su uso aún es limitado por factores económicos, sociales y culturales que afectan el progreso y desarrollo de las empresas de alojamiento.

Los propietarios, administradores o representantes de los hoteles de primera y segunda categoría en Ibarra son generalmente familias, y su funcionamiento, de preferencia tiene un estilo familiar, antes que empresarial. Esta misma situación prioriza los gastos en cotidianidades para la atención urgente como la de compras en el mercado, pago de personal, implementos básicos para la operación y mantenimiento del establecimiento, dejando de lado la inversión en tecnología, debido a esta priorización se genera en los empresarios una percepción de alto costo de inversión en las TIC para el sector hotelero que da como consecuencia el poco interés de invertir en tecnologías que mejoren el ámbito operacional y comercial de sus empresas. Es una contradicción que no se percibe por parte del empresario, ya que realizando una buena inversión en tecnología se incrementarían las ventas y por ende sus ingresos aumentarían y permitirían ser más competitivo en el mercado comercial hotelero.

En la ciudad de Ibarra el panorama es similar al resto del mundo, las tecnologías forman parte del diario vivir; muchas empresas turísticas del sector de hospedaje han implementado herramientas de trabajo que emplean el uso de nuevas tecnologías de comunicación pero no lo han hecho de una manera eficiente y eficaz en donde se pueda desarrollar al máximo sus potencialidades; uno de los factores principales de esta causa es emplear personal sin conocimientos o poco capacitado en el manejo de las TIC, generando dificultad de aprendizaje en la utilización de estas herramientas.

Al ser empresas hoteleras familiares que operan su negocio tradicionalmente se limita el conocimiento de invenciones y el uso de nuevos programas y herramientas tecnológicas que facilitan el desarrollo empresarial y comercial del sector de alojamiento. Como consecuencia los procesos operacionales continúan siendo lento al realizarse manualmente, además al no saber que tecnologías usar como mecanismo de promoción empresarial el mercado comercial se reduce y las oportunidades de comercializar su servicio disminuyen debido a que no se aprovecha el potencial que brindan las TIC a los servicios de alojamiento.

Por lo expuesto, se considera que hay un Insuficiente uso de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.

Hoy en día los cibernautas son realmente activos en cuanto a su presencia en Internet y a la realización de actividades de comercio electrónico, por lo que es significativo que los dueños de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Ibarra valoraren la importancia de las TIC en las estrategias de desarrollo empresarial del negocio ya que por su temor a los altos costos de inversión y rechazo al aprendizaje de tecnologías se genera escasa innovación y por ende rechazo comercial de los clientes.

Es necesario mantener al día toda información útil sobre tecnologías, que ayuden a la automatización de las actividades; si el empresario turístico de la ciudad de Ibarra implementara herramientas que faciliten su promoción y operación se vería beneficiado a largo plazo. Su uso le permite acercarse con mayor facilidad a los clientes y mejorar los procesos de control interno, optimizando los esfuerzos del personal y haciendo que tenga más presencia en el mercado comercial. El empresario debe tener mejor conocimiento, claro y simplificado de las TIC y la utilidad con impacto directo en el mejoramiento de los ingresos, tanto por el incremento en ventas, así como en la reducción del trabajo administrativo.

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo incide el insuficiente uso de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra?

1.5. Delimitación

1.5.1. Unidades de Observación.

La presente investigación se aplicó a los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de Ibarra, al igual que se tomó una muestra de los visitantes.

1.5.2. Delimitación Espacial.

- ✓ País: Ecuador
- ✓ Provincia: Imbabura
- ✓ Cantón: Ibarra
- ✓ Ciudad: Ibarra

1.5.3. Delimitación Temporal.

La investigación se ejecutó desde el mes de marzo a julio del 2015.

1.6. Interrogantes de Investigación

¿Cuáles son establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra?

¿Qué herramientas tecnológicas actualmente utilizan las empresas de alojamiento en los procesos operacionales?

¿Cuáles son las principales herramientas tecnológicas que utilizan los hoteles de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra para la promoción y comercialización de sus servicios?

¿Cómo desarrollar una metodología útil sobre las TIC que mejore el proceso operacional y comercial de los establecimientos hoteleros?

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General.

Analizar la utilización de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra como elemento base para la creación de una propuesta que ayude a los empresarios a usar de mejor manera las tecnologías en beneficio propio y de sus clientes.

1.7.2. Objetivos Específicos.

- ✓ Identificar los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría existentes en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Determinar los equipos tecnológicos que actualmente utilizan las empresas de alojamiento en los procesos operaciones.
- ✓ Identificar las principales herramientas tecnológicas utilizadas para la promoción y comercialización de sus servicios.
- ✓ Diseñar una Guía Metodología sobre las TIC que mejore el proceso operacional y comercial de los establecimientos hoteleros.

1.8. Justificación

Uno de los factores que le permite al turismo desarrollarse a nivel local, nacional e internacional es la promoción permanente, para ello hoy en día se apoya fundamentalmente en herramientas informáticas en línea; gracias a la constante innovación tecnológica se puede conocer las características de un hotel o un destino antes de realizar un viaje, aprender de las experiencias de otros clientes e intercambiar activamente información de la experiencia turística con miles de usuarios de todo el mundo. Por tal razón, los empresarios turísticos deben aprovechar su increíble potencial para intercambiar activamente información con los clientes de una forma rápida y oportuna que satisfaga todos sus cuestionamientos.

Partiendo del hecho que la actividad turística es Inter territorial y que las herramientas tecnológicas permiten promocionar y comercializar sus servicios sin importar la distancia en la que se encuentre el potencial cliente, se considera que es una gran oportunidad para los establecimientos turísticos hoteleros obtener ventajas competitivas como son: rapidez en comunicaciones, reducción de costos y de errores operacionales, información actualizada en tiempo real.

Con la innovación que ha tenido y sigue teniendo la tecnológica en el siglo XXI se ha producido un acelerado ritmo de desarrollo en el que las exigencias de los clientes son cada vez mayores. Por eso, los consumidores de turismo son más rigurosos, cada vez buscando productos turísticos más personalizados y servicios inteligentes que les proporcionen información de alta calidad en cualquier momento y en cualquier lugar.

En la actualidad los consumidores antes de realizar una compra de cualquier índole navegan por internet para conocer las características del producto o servicio. En la actividad turística la situación es similar y los clientes primero investigan en los sitios dedicados a turismo para encontrar información sobre costos, reservas, fotos y mapas del lugar que van a visitar. Quieren noticias actualizadas, necesitan informaciones neutrales, que les

ayude a tomar una mejor decisión conociendo varios puntos de vista como las historias, los consejos y sugerencias de otros turistas. Requieren informaciones específicas como detalles de habitaciones, restaurantes con su tipo de comida, salas de juegos, servicios para niños, entre otros. Para la oferta de productos y servicios turísticos deben tener acceso a los números de teléfonos, fax, redes sociales y sobre todo las direcciones de correo electrónico para recibir mayor información de forma rápida y oportuna.

El uso de las TIC se ha convertido en una herramienta fundamental para mejorar la posición competitiva de las empresas hoteleras. En la ciudad de Ibarra los servicios hoteleros muestran un bajo interés para integrar estas tecnologías en sus procesos existentes y no lo ven como un medio de desarrollo, innovación y difusión a gran escala de los servicios que prestan, factores que podrían afectar su operación y éxito en el mercado.

Este proyecto pretende convertirse en una guía de consulta para la sociedad hotelera Ibarreña, transmitiendo a los empresarios y trabajadores lo valioso de implementar y mejorar el acceso, uso y adopción de las TIC, teniendo en cuenta la utilización de las herramientas más acordes a las necesidades de los empresarios y que sean efectivas al momento de operar y comercializar sus servicios.

Con estos antecedentes, el presente trabajo de investigación se justifica por la importancia que tienen en la actualidad las tecnologías de la información y comunicación en todo ámbito social, cultural y económico, principalmente en el sector turístico hotelero ya que mejora la forma de operar y comercializar los productos y servicios.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Presentación del Capítulo

En este capítulo se expone mediante una pertinente revisión bibliográfica los conceptos básicos aplicables en el tema de estudio; estas apreciaciones académicas tienen la finalidad de dar sentido al desarrollo de la temática a tratar. Estos términos, su significado y alcances son esenciales y servirán como referencia, guía y soporte en el diagnóstico de la situación actual de los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra, así como también se aborda y describe el uso de las tecnologías informáticas al servicio de las actividades turísticas.

2.2. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

2.2.1. Definición de TIC.

Las tecnologías de la información y comunicación son herramientas indispensables para el desarrollo y progreso de las sociedades a nivel mundial, estas nos permiten satisfacer de forma más eficiente, rápida y dinámica las necesidades del ser humano. Por lo tanto, las industrias están en la obligación de avanzar e innovar para mejorar el producto o servicio que se ofrezca.

Según (Cabero, 2000) las Tecnologías de la Información y la Comunicación “son utilizadas para referirse a una serie de instrumentos que se utilizan en la actualidad; como son los hipertextos, las redes sociales, Internet, la realidad virtual a través de imágenes, páginas webs y más” (p. 2).

De acuerdo a (Haag, Cummings, & Mccubbrey, 2004) “las tecnologías de información se componen de cualquier herramienta basada en computadora que la gente utiliza para trabajar con información (...)” (p. 41).

A través de estos postulados se considera que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son el conjunto de recursos técnicos y económicos creados científicamente que permiten usar, crear, procesar y administrar la información de acuerdo a las necesidades de la población. La información brindada a través de estas herramientas tecnológicas nos permite encontrar, almacenar, transmitir, convertir, copiar, promocionar, grabar, ofertar y consumir bienes y servicios haciendo uso de alguna herramienta tecnológica; siendo su función más importante facilitar la comunicación y la organización diaria de un individuo o grupo de individuos, a fin de satisfacer necesidades esenciales o simplemente deseos de las personas, empresas o sociedades en general.

Desde un concepto dirigido al mudo empresarial indica Ferri (2005) que las Tecnologías de la Información y la Comunicación“(...) permiten que las transacciones que se realizan en las diferentes empresas se conviertan en digitales a través de la utilización de redes tecnológicas y sean útiles como nuevos medios de distribución y mercantilización” (p. 233).

Las TIC son “el conjunto de dispositivo, satélites de comunicación, redes de telecomunicación, computadoras, software, frecuencias, entre otras, susceptibles de procesos de innovación y modificación constantes.” (Ramírez, S. & Vieira, E, 2006, p. 2)

Jiménez, González, Serna, & Fernández (2009) afirman que el siglo XXI generó muchos cambios que introdujeron a la sociedad de la información y la comunicación, donde la cultura y el conocimiento científico se transforman continuamente en función, sobre todo, de los avances tecnológicos (p. 216).

Las tecnologías de la Información y la Comunicación cambian día a día generando que el ser humano perciba el mundo desde una perspectiva muy diferente en todo ámbito de su diario vivir, esta herramienta poderosa ha eliminado un sinnúmero de barreras que existían años atrás como son la distancia, el tiempo y la más importante a suprimido la barrera del lenguaje;

gracias a la tecnología digital se ha creado un lenguaje universal que no pone estancamiento para transmitir información.

Especialmente en el mundo empresarial la forma de hacer negocios evolucionó la manera de comercializar un bien o servicio de como lo hacían generaciones anteriores; hoy en día el desarrollo tecnológico permite interactuar, producir, almacenar, editar, copiar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información en cuestión de segundos y en cualquier lugar del mundo sin importar la distancia, edad, política, moneda, religión, etnia, negocio entre otros., generando un cambio social, económico y cultural; por tal razón la participación de cualquier empresa turística en el campo digital es fundamental al momento de comunicar y transmitir ideas a sus clientes.

2.2.2. Características de las TIC.

Gutierrez & Rojas (2008) señalan que las características más destacadas de las TIC son:

- Permite el acceso a nuevas formas de comunicación ya que es innovador, creativo, co-creativo, dinámico y multifuncional.
- Fácil acceso a la información eliminando la conocida “brecha digital” en donde solo unos pocos son dueños de crear y transmitir información a la sociedad en general.
- Proceso rápido de todo tipo de datos, con un solo lenguaje digital, en el cual no importa si viene de un país asiático o latinoamericano para entenderse.
- Comunicación inmediata sin importar la ubicación geográfica, ni el tiempo, trabajando 24/7.
- Gran capacidad de almacenamiento gracias a la nube digital, que archiva, procesa y guarda un sinnúmero de información útil y disponible en cualquier momento y desde cualquier dispositivo móvil.
- Nuevas formas de hacer negocios
- Sinergia entre el mundo digital y el real en el que las posibilidades son infinitas, donde la distancia ya no es un límite o barrera para adquirir información.
- Interactividad ya que permite a todos ser emisores y receptores de contenidos que nos ofrecen o queremos ofrecer.
- Instantaneidad al transmitir información y adquirir conocimiento.
- Ahorro de costos a largo plazo ya que al momento de la adquisición se genere una fuerte inversión. (p. 26)

Las TIC son herramientas de comunicación que constituyen la forma organizativa de la actual sociedad mejorando y optimizando nuestro control del mundo real mediante la utilización de instrumentos virtuales, para que responda de manera rápida y predecible a la voluntad de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación.

2.2.3. Importancia de las TIC.

La importancia de las TIC radica en el hecho de que la tecnología bien utilizada es una herramienta de información positiva y útil que mediante el procesamiento de la información facilita el desarrollo de actividades cotidianas en cualquier ámbito del diario vivir.

Según Rojas (1999) Las TIC son de gran importancia para toda la población mundial por sus múltiples beneficios: “acorta las distancias territoriales (...), no existe problema con los horarios, e incluso reduce los espacios físicos permitiendo acceso a un libre flujo de información” (p.58).

Las TIC a más de que permite la conexión a Internet, es un puente inmaterial entre el mundo digital y el real en el que las posibilidades son infinitas, donde la distancia ya no es un límite o barrera para adquirir información y conocimientos produciendo proximidad a través de los dispositivos electrónicos de fácil movilidad creando experiencias de usuario y posibles clientes cada vez más enriquecedoras.

Las TIC permiten a las empresas aumentar la competitividad de sus negocios ya que se produce más en menos tiempo y de mejor calidad.

Lo más trascendental de las TIC es que redefinió el funcionamiento tradicional de la sociedad en diferentes ámbitos como políticos, económicos y culturales. En la actualidad la SI (Sociedad de la Información) considera que

las TIC bien utilizadas facilita el acceso al conocimiento de una forma virtual cambiando el comportamiento de los individuos, el tipo de relaciones y la forma de generar ingresos de manera conveniente para el que maneja la información y las comunicaciones digitales, elementos cada vez más importantes en la sociedad actual.

2.2.4. Ventajas del uso de las TIC.

Utilizar las TIC más conocidas como la telefonía fija, la telefonía móvil celular y la más dinámica; Internet, posicionan a un individuo, grupo u organización en los más altos estándares de eficiencia y productividad, ya que le permite llegar de una forma ágil y oportuna a cualquier lugar del planeta ahorrando recursos económicos.

Para (Dehesa, 2000)

Las TIC han sido y son uno de los factores dominantes en el actual proceso de globalización permitiendo que el costo de muchas actividades disminuya de una manera apreciable consiguiendo, abaratar y ofrecer nuevas formas de acceso a las comunicaciones, reduciendo costos y permitiendo aumentar la productividad de las empresas. (p. 11)

Una de las grandes ventajas que tiene las TIC es que la población mundial las utiliza como medios de búsqueda que facilitan el desarrollo de sus actividades. En relación a lo citado se considera que las ventajas más importantes que produce las TIC son:

- ✓ La tecnología ha emancipado al hombre de aquellas tareas rutinarias que le mantenían esclavizado permitiéndole dedicarse a aspectos más creativos y recreacionales.
- ✓ La capacidad de la Web para acumular, analizar y controlar grandes cantidades de datos permite la aceleración y transmisión de la información que se necesita.

- ✓ Acerca los procesos de conocimiento, en cuanto a la cultura, la ciencia y el ocio permitiendo llegar a todos rincones del planeta, ya sean pueblos o pequeñas aldeas.
- ✓ Des limita la capacidad del ser humano por aprender lo que considere correcto, deja atrás lastrabas económicas, sociales o culturales que existían en otras épocas.

2.2.5. Evolución de las TIC.

La evolución de las tecnologías surge desde la prehistoria, en esta época se desarrolló un incipiente conjunto de técnicas que ayudaban a satisfacer las necesidades esenciales y deseos de los seres humanos, más tarde se fueron perfeccionando y los propósitos y usos que le daba la población fueron cambiando; unos las usaron para mejorar la calidad de vida de sus poblaciones, mientras que otros vieron en la tecnología un medio de destrucción como por ejemplo la creación de armas, creación de virus mortales, entre otros.

A inicios de los años 80 surge la verdadera revolución digital generando la fusión de la electrónica, informática y las telecomunicaciones posibilitando la interconexión entre redes, convirtiéndose en un instrumento estratégico para el desarrollo de la nueva sociedad digital.

Sus transformaciones han sido tan significativas en lo que se refiere a la comunicación y mejoramiento de las relaciones humanas que se llegó a mencionar que la entrada de las TIC implica un cambio de era semejante a la invención de la escritura.

2.2.5.1. Etapa de la informática.

En la década de los setenta los ordenadores eran inmensos y de difícil acceso para la población en general, a inicios de los ochenta esto cambio y

se crea el ordenador personal facilitando y automatizando actividades que antes se las desarrollaba manualmente. El procesador personal se convirtió en una herramienta fundamental en el desarrollo empresarial y particular.

Como señala (Agut, Grandio & Pérez, 2011):

Se dio un relevo generacional tecnológico radical. Por ejemplo la máquina de escribir quedaba eclipsada y abandonada por el procesador de textos, las calculadoras quedaban obsoletas respecto a las hojas de cálculo, los archivadores desaparecieron dando paso a las bases de datos electrónicos, se crearon programas especializados que hicieron más fácil el desarrollo de actividades hasta ese entonces monótonas. (p. 180).

La informática permitió la automatización de tareas básicas que facilitaban el desarrollo de actividades cotidianas en el mundo laboral significando el ahorro de tareas repetitivas y mecánicas que se realizaban hasta ese entonces manualmente.

2.2.5.2. Etapa del Internet.

Internet es una gigantesca red planetaria de ordenadores conectados entre sí. No se puede desarrollar sus orígenes ni su evolución en el tiempo, pero los cambios que produjo principalmente en comunicación digital son radicales.

Como señala Agut, et al. (2011) los principales avances fueron:

- ✓ Correo electrónico conocido como el servicio de mensajería instantáneo.
- ✓ Foros de discusión, revistas digitales y grupos de noticias.
- ✓ Chat en tiempo real sin importar el lugar en el que se encuentren las personas.
- ✓ Compartición de archivos (envía y recepción de archivos)
- ✓ El hipertexto gráfico o www introduce en un mismo plano imagen, sonido y texto con solo escoger un navegador y dar un solo clic. (p. 183 -185).

Ilustración 1

Características del internet



Fuente: Agut, et al.

Elaborado por: La Autora, 2015

La **red de redes** más conocida como Internet es un sistema global de comunicaciones que permite acceder a información disponible en cualquier servidor existente en el planeta Tierra, así como interconectar y comunicar a la población sea que estén cerca o lejos físicamente. Desde cualquier país podemos ver información generada en los demás países, enviar correo, crear y transferir archivos, comprar, vender, entre otros, en si se puede decir que la Internet es la más grande herramienta tecnológica inventada hasta el momento la cual puede ser considerada como una biblioteca universal en donde se encuentra todo clase de información con un solo clic, claro está que siempre hay que verificar los datos porque se corre el riesgo de no saber si la información es correcta.

No es necesario saber informática para usar Internet. Podríamos decir que usar Internet es tan sencillo como pasar las hojas de un libro, sólo hay que hacer unos cuantos clics en las flechas para avanzar o retroceder.

2.2.6. Nuevas Tecnologías de la Información (NTIC).

Existen varios instrumentos electrónicos que se incluyen dentro del concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video, entre otros. Pero sin lugar a duda, los medios más representativos de la sociedad actual son los ordenadores que nos permiten utilizar diferentes aplicaciones informáticas como las redes de comunicación, que nos ayudan a estar informados en todo momento sin importar el lugar.

Décadas atrás los progresos tecnológicos eran mucho más lentos, en los últimos tiempos los adelantos se producen día con día; la informática, el Internet, redes sociales, aplicaciones y el teléfono móvil han propiciado acelerados e innovadores cambios en nuestra sociedad porque nos ofrecen posibilidades de comunicación e información con el mundo de una forma interactiva.

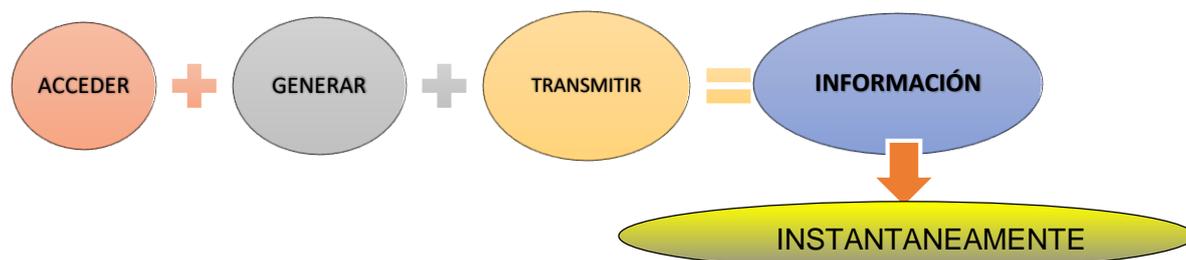
La era digital está cada día más cerca a la realidad de todo ser humano, la mayoría de las poblaciones tienen acceso a objetos tecnológicos que les permite obtener información de cualquier parte del mundo con hacer solo un clic, la sociedad está viviendo una revolución direccionada al cambio en donde no se usa armas, ni destrucción más bien es un cambio hacia el desarrollo en donde la revolución es a través de la tecnología que permite tener nuevas formas de comunicación, nuevas herramientas de trabajo, nuevas formas de hacer negocios y nuevas maneras de interactuar con la población en general.

Desde el apareamiento de las tecnologías cambió la concepción de la comunicación e interacción tradicional especialmente en la organización y desarrollo de las empresas, estas cada vez dependen en gran medida de su capacidad para adaptarse a las innovaciones tecnológicas y de su destreza para saber explotarlas en su beneficio.

Entre las mayores ventajas de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) se puede mencionar que permiten:

Ilustración 2

Ventajas de las NTIC



Fuente: Agut, et al.

Elaborado por: La Autora, 2015

2.2.6.1.1. La Web 1.0 (Década de los 90).

Se basa en la **Sociedad que brinda Información** a través de medios de entretenimiento y consumo pasivo como radio, TV y correo electrónico. Las pocas páginas web que existen son estáticas, a veces desactualizadas y no permiten interacción con el usuario ya que solo brindan información para ser leída.

El usuario no puede interactuar con el contenido de la página, (nada de comentarios, respuestas, citas, etc.).

2.2.6.1.2. La Web 2.0: Virtualización.

Como señala Agut, et al (2011, p. 188-190):

Esta etapa implica un nuevo cambio radical de paradigma sobre la concepción de Internet, su uso y su papel en la sociedad, en esta etapa todo es virtual, es decir utiliza internet como soporte básico de interacción en todas las facetas de la vida, permitiendo a través de las redes sociales y aplicaciones expresarse, opinar, buscar y recibir información que sea de su interés; de igual manera permite colaborar, compartir y crear conocimiento.

Se basa en la **Sociedad del Conocimiento**, la autogeneración de contenido, en medios de entretenimiento y consumo activo. Las páginas tienen contenidos más dinámicos, la información cambia de un momento a otro y no pueden ser controladas totalmente.

La tecnología WI-FI elimino la barrera de los cables y permitió acceder a la información sin necesidad de estar conectado a cables, ese servicio genero la creación de computadoras y dispositivos portátiles de fácil manejo, y a precios accesibles para la mayoría de la población.

La esencia de la Web 2.0 es la posibilidad de interactuar con el resto de los usuarios o aportar contenido que enriquezca la experiencia de navegación. Está formada por plataformas que permiten publicaciones de contenidos, como **Blogs**; además de las redes sociales, como **Facebook, WhatsApp o Twitter**, o los servicios conocidos como **wikis (Wikipedia)** y los portales de fotos, audio o vídeos como **YouTube e Instragam**.

Las aplicaciones de la web 2.0 son servicios ubicados en el ciberespacio por lo que no es necesario tener el software de instalación. Es una herramienta interactiva y colaborativa que se caracteriza por permitir al usuario y consumidor tener un doble rol de protagonista y público de la información que circula por la web. El usuario pasa a ser parte activa y no sólo un mero lector.

En síntesis desde la creación de Internet tal y como hoy la conocemos ha experimentado una evolución constante en lo que a servicio se refiere. En sus inicios las páginas web eran estáticas y solo podían ser modificadas por el administrador del sitio, más adelante fue evolucionado y surgieron las plataformas dinámicas en donde el usuario intercambia información, accede a foros electrónicos, chat instantáneos, cambio de divisas, entre otros, haciendo más útil, fácil e interactiva su relación con las herramientas tecnológicas en su diario vivir.

El chat constituye hoy en día en una herramienta indispensable para el desarrollo de cualquier ámbito (social, laboral, educativo, comercial).

2.2.6.2. Uso de las TIC a nivel mundial.

Se han realizado varios estudios sobre el grado de utilización de las TIC a nivel mundial, para el análisis se tomará en cuenta la última edición de la

prestigiosa publicación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que describe en su Informe sobre Medición de la Sociedad de la Información (2014), el panorama del continuo crecimiento de la utilización de la telefonía móvil celular, la banda ancha móvil e Internet, destacando los siguientes aspectos:

- ✓ En 2014 se registraron casi tres mil millones de usuarios de Internet, dos tercios de los cuales procedían de países en desarrollo. Es decir, cerca del 44% de los hogares en todo el mundo tiene acceso a Internet, lo que indica que el 78% de los hogares de países desarrollados están conectados y el 31% en los países en vías de desarrollo.
- ✓ Casi siete mil millones tienen acceso a la telefonía móvil celular, lo que corresponde aproximadamente a la población mundial, claro está sin olvidar que muchos abonados tienen varias líneas a su nombre.
- ✓ Dentro de los países que usan más las TIC están Finlandia que ocupó el primer lugar con una puntuación de 6.04%, seguido por Singapur con 5.9% puntos y Suecia con 5.93%.
- ✓ Entre los países latinoamericanos, la lista la encabeza Chile en el puesto (35), seguido de Panamá (43), Costa Rica (53), Colombia (63), Brasil (69), México (79), Ecuador (82), Perú (90), República Dominicana (93), Argentina (100), Paraguay (102), Venezuela (106) y Bolivia (120). (p. 4-8).

Haciendo un análisis de estos datos estadísticos se considera que la mayoría de los Estados busca políticas que les ayuden a implementar las TIC para que puedan llegar a todos sus habitantes, se observa que los países con mayor acceso a los sistemas digitales de información son los países del primer mundo, mientras que los que están en vías de desarrollo van a paso lento en relación a estos Estados poderosos, por lo que es necesario que los distintos gobiernos de los países en desarrollo creen leyes que fomenten la utilización de tecnologías que sea accesible a toda la población sin importar su nivel económico.

2.2.7. Usos de las TIC.

El uso de las TIC ha aumentado exponencialmente desde su creación, principalmente con el surgimiento del Internet. Actualmente múltiples de las actividades cotidianas que realizamos se pueden realizar de forma más rápida y eficaz a través de la red (reservas de hotel, avión, pagos, transferencias bancarias, compra electrónica, etc.), produciendo la nueva “Sociedad de la Información” conocida así por el acceso ilimitado a cantidades inimaginables de información y la conexión entre los usuarios tecnológicos en tiempo real sin importar el lugar en el que se encuentren.

Hoy en día la tecnología es una herramienta fundamental en el desarrollo de cualquier actividad económica. Según el sociólogo Manuel Castells citando Harvey Brooks y Daniel Bell (2010): la tecnología es "el uso de un conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de un modo reproducible"(p. 28). Se puede decir que las TIC, son un instrumento que facilita el desarrollo de las actividades cotidianas de los seres humanos.

El desarrollo de las tecnologías ha facilitado la vida de los seres humanos, pero también lo ha perjudicado; al ser una herramienta creada por ellos mismos se ha convertido en una arma de doble filo ya que a simple vista facilita la operación de diferentes actividades que realiza pero también ha sido perjudicial ya que muchas veces las máquinas son destructivas, rápidas y eficientes en el desarrollo de sus funciones dejando al ser humano en segundo plano.

Según (Piscitelli, 2002) señala que “el mundo se está volviendo cada vez más complejo a partir de la interacción de los hombres entre sí y entre las máquinas” (p. 18-19).

Según (Souza Silva, 2001) “las tecnologías de la información ha hecho posible la creación electrónica del octavo continente del Planeta, un continente digital, en el que el tiempo no cuenta, el espacio geográfico desaparece y las relaciones sociales son innecesarias” (p. 13)

La era digital, crece de forma vertiginosa, la organización de redes virtuales reemplazan a los contactos cara a cara, creando una especie de vecindario electrónico global, donde las relaciones sociales y políticas parecen innecesarias.

Es así que las TIC hoy por hoy son una herramienta única e indispensable en la integración de los pueblos sirviendo de puente comunicativo para todos los sectores de la sociedad.

La sociedad actual se caracteriza por estar interconectada, las organizaciones están en constante innovación de sus productos y servicios todo el tiempo a fin de que produzca bienestar en sus consumidores.

Citando a (Castells M. , 2000) “la Nueva Sociedad está hecha de redes (...) y los más dinámicos movimientos sociales están conectados vía internet, a través de la ciudad, el país y el mundo” (p. 1)

Las redes informáticas han generado un desarrollo a gran magnitud donde los cambios se generan a cada instante, donde la tecnología ha superado las barreras físicas que imponen el hombre a través de las fronteras, donde no importa el lugar en el que se encuentre para acceder a la comunicación y a la información que proporciona el uso de las tecnologías.

2.2.7.1. Uso de las TIC en Ecuador.

En Ecuador el ente encargado de brindar los diferentes datos estadísticos sobre la población es el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC) quien anualmente realiza un sinnúmero de encuestas que permite determinar el crecimiento de la población en diferentes aspectos sociales, culturales, económicos, tecnológicos, entre otros.

A continuación se puede observar una tabla de las principales herramientas tecnológicas que utiliza los hogares ecuatorianos

Tabla 1
Equipamiento de TIC a nivel nacional

INDICADOR	2010	2011	2012	2013
Computador de escritorio	4,0%	24,7%	26,4%	27,5%
Computador portátil	9,0%	9,8%	13,9%	18,1%
Telefonía fija	38,5%	39,9%	42,4%	39,6%
Teléfono celular	49,7 %	78,8%	81,7%	86,4%
Acceso al Internet	16,7%	23,7%	31,4%	37,0%
Teléfono inteligente Smartphone	---	8,4%	12,2%	16,9%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo ENEMDU (2010 -2013)

Elaborado por: La Autora, 2015

Como se puede observar en la tabla anterior los porcentajes han aumentado año tras año reflejando un crecimiento en el uso de las TIC, permitiendo deducir que la población ecuatoriana cada vez se muestra más interesada en tener herramientas tecnológicas que faciliten su diario vivir, ya que se ha convertido en una necesidad para el desarrollo de diversas actividades como por ejemplo:

- Medio de información: 32,0%
- Medio de educación y aprendizaje 31,7%

De las personas que usan Internet, el 45,1% lo hace en su hogar. En el área urbana el mayor porcentaje de la población utiliza Internet en el hogar con el 50,9%, mientras el mayor porcentaje de población del área rural lo usa en centros de acceso público con el 42,5%, reflejando que en los últimos años el acceso a las TIC ha permitido que la mayoría de los 14 millones de habitantes están conectados y puedan obtener información de cualquier parte del mundo con solo un clic.

2.2.8. Reputación en Línea.

Los contenidos producidos y compartidos por los propios usuarios permite que las opiniones que brindan en Internet, sobre una marca, bien o servicio, sea lo que constituye la “reputación online” de una empresa. Las calificaciones que dan los usuarios en la web son un reflejo de la calidad percibida por los consumidores a cada uno de los establecimientos. En Turismo los bienes y servicios que más ingresos producen a través de la red son las reservas que se realiza para hospedaje y los boletos aéreos que se adquiere mediante las páginas web de las aerolíneas.

En el nuevo mundo de las tecnologías los consumidores son libres de expresar lo que desean y como lo desean, esto lo consiguen gracias al internet, es así que, esta herramienta directa o indirectamente afecta o ayuda a la reputación de la empresa por lo que esta se ve obligada a mejorar la calidad de sus servicios, no solo para fidelizar a los clientes, sino para que los comentarios de esos clientes en internet sean positivos, de forma que su reputación se beneficie en pro del desarrollo de su empresa.

Las opiniones sobre los productos o servicios siempre han existido, los consumidores al realizar una reserva buscan los comentarios de otros clientes que hayan visitado el lugar, influyendo en su decisión. En la actualidad se dio un giro de 360 grados ya que los círculos sociales de los usuarios y consumidores es más amplia gracias a las redes sociales, blog, revistas digitales, aplicaciones, pagina web, entre otros. Se puede decir que los hoteles que promocionan y permiten hacer reservas de sus servicios a través de las redes sociales como Facebook o Twitter principalmente, tienen un mayor posicionamiento en el mercado con clientes fidelizados lo que genera un incremento en las ventas y mejores ingresos tanto para el empresario, socios y trabajadores. Todo este bum de redes sociales ha generado una nueva forma de interactuar y vender sin necesidad de una presencia física del cliente.

2.3. Turismo

2.3.1. Definición de Turismo.

La Organización Mundial del Turismo señala que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”, como se citó en (Vargas, 2015, p. 59).

El turismo es una actividad que surgió hace muchos siglos, se afianzó en el siglo XVII cuando se empezó a dar alojamiento a foráneos a cambio una compensación económica o retribución de cualquier tipo, esto fue las primeras señales de que el hombre iniciaba una nueva actividad a fin de mejorar la economía de su hogar permitiendo que los clientes encuentren en un hogar distinto al suyo alojamiento y alimentación por un par de días a fin de poder cumplir las actividades que los traía a determinados lugares.

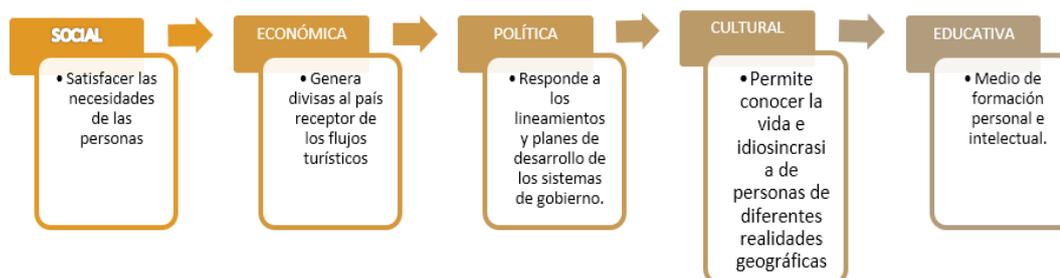
Como se conoce el Turismo es una actividad económica multiplicadora que dinamiza y genera el desarrollo de actividades complementarias beneficiando a la sociedad y población en general.

2.3.2. Importancia del Turismo.

La actividad Turística es de suma importancia para la economía y desarrollo de las poblaciones. Por tal razón se le considera un fenómeno:

Ilustración 3

Fenómenos del Turismo



Fuente: Vargas

Elaborado por: La Autora, 2015

2.3.3. Definición de Hotel.

Según (Torre, 2009) un hotel es "es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades y generar empleo " (p. 45)

El (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2002) señala que:

Art. 1-Alojamiento.- "Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas hospedaje con o sin otros servicios complementarios" (p. 1)

Art. 8.-Hotel.- "Todo establecimiento que de modo habitual, mediante precio, preste (...) servicios de alojamiento, comidas, bebidas y disponga de un mínimo de 30 habitaciones" (p. 3)

Según estas definiciones un hotel físicamente es una infraestructura o edificación que proporciona alojamiento y servicios adicionales como alimentación, bebidas, entretenimientos, entre otros; además de obtener una ingreso a través de la promoción y prestación de sus servicios, generando una expectativa desde el mismo momento en que un turista o viajero los contrata y adquiriendo el compromiso de hacerlas realidad, apoyándose de todo un equipo de colaboradores que forman parte de la operación del hotel para lograr que la experiencia (que es lo único que se lleva el cliente cuando regresa a su lugar de origen) sea única.

2.3.4. Características de la Industria Hotelera.

- ✓ **Dinámica por ser de naturaleza heterogénea.-** Dentro de los establecimientos de alojamiento se desarrolla diversas actividades que van de la mano con el servicio de hospedaje como alimentación, entretenimiento, servicios de transporte, lavado, gimnasio, teléfono, wi-fi, masajes, entre otros; que buscan la satisfacción del huésped, estos servicios no principales que se prestan en los hoteles generan una venta indirecta y, por tanto, unos ingresos adicionales.

- ✓ **El servicio o producto se consume en el lugar de producción.-** Cuando un individuo busca alojamiento el servicio no puede ser trasladado al cliente, ni almacenado, ni inventarlo; debe ser éste quien se desplace al lugar de la prestación del servicio para que pueda venderse.

- ✓ **Intangible o inmaterial.-** El producto se identifica con el servicio mismo que se presta en cada momento. Existe simultaneidad entre el momento de la obtención o “fabricación” del servicio y su consumo por parte del cliente. Por ello, es muy importante el contacto que se produce entre el productor o prestador del servicio y el consumidor.

- ✓ **Atención ininterrumpida.-** La prestación del servicio de alojamiento es durante las 24 horas, 365 días al año, sin paralización.

2.3.5. Importancia de la Industria Hotelera.

- ✓ **Social:** Por ser una industria de carácter heterogéneo genera muchas fuentes de empleo, mejorando así el nivel de vida de sus trabajadores pobladores de determinado lugar tanto en el ámbito personal, profesional, y familiar.

- ✓ **Económica:** La industria hotelera dinamiza la economía de poblados enteros donde existen atractivos turísticos produciendo así:
 - Mejores Ingresos
 - Desarrollo local, regional y nacional
 - Cambio en actitudes económicas
 - Inversión de capitales
 - Genera divisas contribuyendo a la economía del país

2.3.6. Clasificación de la Industria Hotelera.

2.3.6.1. Internacional.

La (Organización Mundial del Turismo, 2015) establece que los hoteles se clasifican por estrellas según las características que posean. A continuación se encuentra resumido las particularidades que deben tener para integran un grupo de estos:

- ✓ **Hoteles de 1*estrella:** Son hoteles familiares con pocas habitaciones y servicios, manejados de forma empírica por los propietarios y amigos, sus costos son los más baratos en el mercado, de ambiente acogedor y domestico localizados cerca de los lugares principales de diversión y muy fáciles de llegar lo cual los convierte en lugares para descansar por muy corto tiempo.
- ✓ **Hoteles de 2**estrellas:** Son hoteles que cuentan una buena ubicación, especialmente en el centro de las ciudades o poblados, además de prestar alojamiento brindan los servicios de teléfono, televisión, baño privado con agua caliente y cafetería por lo que es una excelente opción para las personas que realizan viajes por motivos de negocios que necesitan un lugar confortable, cercano y agradable para descansar.
- ✓ **Hoteles de 3*** estrellas:** Estos hoteles tienen una mayor capacidad de alojamiento, siendo más amplios y cómodos con salas de estar, salones de conferencias y bonitos vestíbulos. En cuanto al servicio de restauración ofrecen variedad de alimentos, además de servicios complementarios como sala de Masajes, piscina, áreas recreativas, entre otras.
- ✓ **Hoteles de 4****estrellas:** Son hoteles más grandes de primera clase muy lujosos, espaciosos y con vistas hermosas a sus alrededores; cuentan con servicios básicos y complementarios muy confortables donde lo más importante es mantener una relación directa con el cliente. El servicio a las habitaciones funcionara entre las 6:00 am y las 22:00.
- ✓ **Hoteles de 5*****estrellas:** Son hoteles que ofrecen gran comodidad y excelente servicio con vestíbulos lujosos y habitaciones amplias y elegantes. En cuanto a restauración ofrecen un variado menú de alimentos y bebidas, cumpliendo los rigurosos y extravagantes requerimientos del cliente. Cuentan con gimnasio, sala de bar, piscina, guarderías infantiles, canchas de tenis, básquet, entre otros; además

de mantener una atención más personalizada que incluye servicio las 24 horas, lo cual mantiene satisfechos a los huéspedes. (p. 15-18).

2.3.6.2. Nacional- Ecuador.

Según el Reglamento General de Actividades Turísticas (2002) “la categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio de la distintiva de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías.” (p. 1)

Por medio del distintivo de la estrella se determina la categoría de los establecimientos de alojamiento, además de tomar en cuenta las características que poseen el hotel y la calidad que brinden a sus clientes.

El sector hotelero está compuesto por una gran cantidad de empresas que brindan servicios de hospedaje y múltiples servicios complementarios.

Según (Silva A. , 2013)

en Ecuador la historia de alojarse se originó en el periodo incaico, los mensajeros del reino recorrían grandes distancias de territorio para llegar a un sitio a descansar el cuerpo y alimentarse para seguir su largo camino, es así que surgen la necesidad de construir lugares que sirvan de descanso. Al llegar los españoles esclavizaron a los indígenas obligándoles a realizar todo tipo de actividades en contra de su voluntad, una de estas actividades era dar posada y alimentación, es así que se producen indígenas especializados en brindar este servicio de descanso y alimentación.

Debido al acontecimiento de la segunda guerra mundial muchos extranjeros buscaron países tranquilos donde refugiarse, encontrando en Ecuador todas las características que buscaban los cuales invirtieron en la actividad turística puesto que el país contaba con excelentes atractivos. (p. 1-3).

Es así que se empezó a construir hoteles en las ciudades más grandes como Quito y Guayaquil dando inicio al desarrollo de la economía turística hotelera.

En la industria hotelera lo que se vende es servicio, no se venden las habitaciones, se vende confort, seguridad, descanso, amabilidad, entre otros. Dar satisfacción al cliente asegura su fidelidad y continuidad al hotel.

En el sector hotelero ecuatoriano coinciden organizaciones de todo tipo de dimensiones: pequeñas, medianas y grandes corporaciones (cadenas hoteleras) que hacen que la actividad turístico- hotelera crezca y progrese día a día con el permanente reto de equilibrar la satisfacción de clientes con la eficiencia, efectividad y economía de sus actividades.

2.3.7. Situación Hotelera a nivel mundial

La industria hotelera ha progresado en los últimos años por el incremento de la demanda en el sector turístico a nivel Internacional y Nacional.

En el 2015 las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4,4% hasta alcanzar un total de 1.184 millones de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial, demostrando que en la actualidad la actividad turística genera ingresos importantes para los países que aprovechan los recursos existentes y los muestran de una forma atractiva a los extranjeros que utilizan los distintos productos turísticos como alojamiento y alimentación.

El buen comportamiento del sector está contribuyendo al crecimiento económico y a la creación de empleo en muchos lugares del mundo, generando mejores ingresos económicos; es así que el sector de alojamiento se ha visto obligado a mejorar sus servicios y adaptarse a las nuevas exigencias de los clientes del Siglo XXI.

En cuanto a Latinoamérica, en el año 2015 la crítica situación de los países debido al alto nivel de pobreza y desempleo ha hecho que esta parte del

mundo busque en el turismo una alternativa para solucionar los problemas económicos, sociales y ambientales existentes, de tal manera que su participación en el turismo ha tenido un crecimiento moderado de 191 millones de visitantes según la Organización Mundial de Turismo (2015).

Uno de estos países es el Ecuador que cuenta con una posición privilegiada para desarrollar el turismo gracias a su biodiversidad, entorno natural, patrimonio cultural y diversidad étnica.

En cuanto a establecimientos hoteleros el país cuenta con una buena infraestructura hotelera. Según el Ministerio de Turismo, citado por la revista Gestión, en el 2014 los empresarios privados invirtieron 211 millones de dólares en este sector y existen 21 proyectos turísticos que están caminando con una inversión de 650 millones de dólares adicionales, a partir del presente año. Estas decisiones se adoptan porque los empresarios advierten que es un buen negocio, que cuanto más camas de hotel haya vendrán más turistas, percibiendo resultados de la promoción turística que se ha llevado a cabo en los últimos años con la campaña lanzada a nivel mundial "All you Need is Ecuador".

En relación a avances tecnológicos en el sector hotelero Según Business Cost Management (2015) señala que:

“el 85% de los hoteles en Ecuador son Pymes y Micro pymes que no disponen de un desarrollo tecnológicos, y menos de acceder a los requerimientos de la hotelería mundial. La razón básica es la baja tarifa promedio que tienen todos estos hoteles (problema de todo el sector de hospitalidad en Ecuador) y la consecuente dificultad de invertir en cambios significativos en su local.

El país presenta al 2016 aproximadamente 4.500 establecimientos de alojamiento turístico, de los cuales solo 27 son de lujo, que significa menos del 0,5% con una tarifa promedio de \$110, cuando esto en los países de la región está sobre \$170.

En el caso de los hoteles de 4 estrellas no superan el 6% con una tarifa promedio de \$70 sin embargo la mayoría se encuentra en el rango de tarifas inferiores a \$45. Con estas cifras es muy difícil que tengan recursos para hacer inversión en mejoramiento (p. 1-5).

Como se observa en Ecuador los avances tecnológicos se desarrollan con mayor facilidad en establecimientos hoteleros de lujo o de primera categoría, que cuentan con los recursos y preparación necesarias para usar las TIC, demostrando que hace falta una mayor acceso, uso y adopción de tecnologías por parte de los pequeños y medianos empresarios que prestan este servicio, siendo ellos los que dinamizan la economía de pequeños poblados del país.

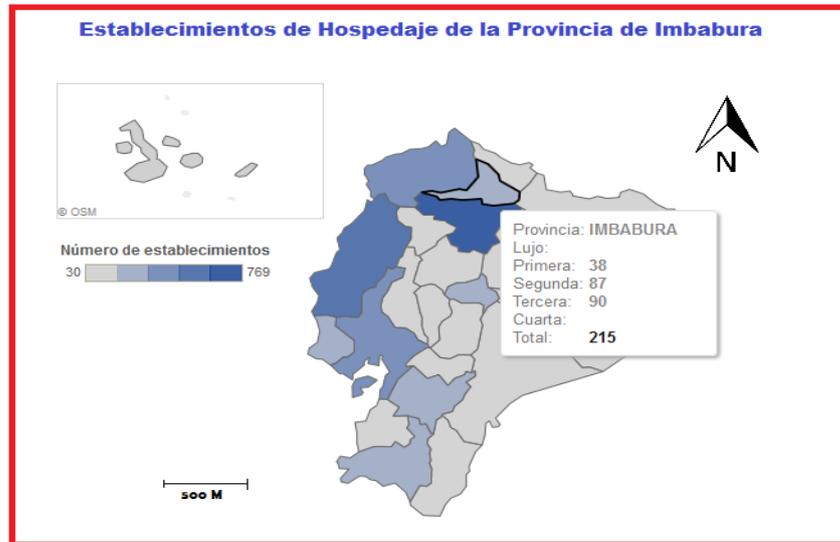
2.3.8. Situación Hotelera en la Provincia de Imbabura.

En Imbabura la actividad turística ha ido desarrollándose desde los años 60. Su clima veraniego, su mediterráneo y pintoresco paisaje, la amabilidad de su gente y el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas nacionales y extranjeros. Por todos estos factores favorables la ciudad cuenta con una gran variedad de infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación ubicada en las zonas urbanas y rurales. Todos estos elementos han sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

En la provincia de Imbabura el turismo se desarrolla principalmente en la ciudad de Otavalo por su rica cultura, en Atuntaqui por la industria textil, Cotacachi por sus artesanías en cuero y en cuanto al cantón Ibarra el sector comercial y de servicios es el más desarrollado, con una capacidad instalada superior a la de los otros cantones. Pese a esta situación el turismo en la ciudad es solo de servicios exclusivamente, en los cuales se destaca el desarrollo de hoteles, restaurantes, cafeterías y fuentes de soda (Aguirre & Velasco, 2012, p.26-27).

Ilustración 4

Establecimientos de Hospedaje de la Provincia de Imbabura



Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora, 2015

Ibarra, como capital de la provincia acoge a la mayor cantidad de establecimientos hoteleros de la región, entre hoteles de cuatro, tres y dos estrellas (hoteles, hostales, residencias y moteles).

Dentro del área urbana el turista no tiene variedad de oferta recreativa que llame su atención más que el turismo de alimentación y alojamiento, es por esto que Ibarra se encuentra fuertemente vinculada al sector servicios en lo que se refiere al turismo, por tal motivo la población ha destinado sus inversiones a la creación de hoteles, entre ellos coloniales e históricos como son el Ajaví, Montecarlo, El Conquistador, Imperio del Sol, La Giralda, entre otros, que satisfacen los innumerables gustos de los clientes que los visitan.

Ilustración 5

Establecimientos Hoteleros del Cantón Ibarra



Fuente: Sistema Nacional de Información-SENPLADES

Elaborado por: La Autora, 2015

2.3.9. Organizaciones Internacionales que regulan a la Industria Hotelera.

2.3.9.1. Organización Mundial del Turismo (OMT).

La (Organización Mundial del Turismo, 2015) tiene como objetivo “promover el desarrollo del turismo, con vista a contribuir al desenvolvimiento económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad, el respeto universal y la observancia de los derechos humanos, así como las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión.”(parr. 3)

La organización presta principal atención a los intereses en materia turística de los países en vías de desarrollo, debido a que esta actividad puede ser considerada una fuente de ingresos significativa para los pobladores de escaso recursos.

2.3.9.2. Cosutal.

El COSUTAL (Consejo Superior de Turismo de América Latina) tiene como objetivo “trabajar para la promoción del turismo Latinoamericano y por la resolución de los problemas que impidan el desarrollo turístico, fomentando las relaciones entre las empresas, instituciones y entidades participantes y responsables de la industria turística de América Latina.” (Valencia, 1999, parr. 1).

COSUTAL es una extensión de COTAL, que reúne a todas las organizaciones de América Latina a excepción de Agencias de viajes, como ejemplo:

- Ministerios de Turismo
- Direcciones de Turismo Municipales.
- Organizaciones Turística Nacionales y Regionales.
- Organizaciones Financieras Turísticas.
- Hoteles.
- Transporte.

2.3.9.3. Organización de las Naciones Unidas UNESCO.

La UNESCO no es una entidad turística, pero tiene una importante relación con el sector debido a que ayuda a preservar los recursos culturales y naturales en todo el planeta, otorgando las distinciones de Patrimonio de la Humanidad y de Reserva de la Biosfera Foro Mundial para los Viajes y el Turismo (WTTC).

Este foro está constituido por más de 100 empresas líderes en la industria turística, produce informes anuales para medir, comparar y predecir el impacto económico del sector turístico como una de las industrias más importantes a nivel mundial.

2.3.9.4. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.

OCDE es un organismo que se creó en 1961 y que está formado por 33 países. Sus actividades están centradas en crear políticas para alcanzar una industria turística competitiva y sostenible acorde a las necesidades del cliente actual, preocupándose por cubrir las necesidades de empleo que tienen las diferentes poblaciones alrededor del mundo.

2.3.9.5. Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes.

Trata de mejorar el reconocimiento de la industria hotelera en todo el mundo y supervisar las los enunciados que hacen las organizaciones internacionales turísticas.

2.3.10. Organizaciones Nacionales del Sector Turístico Hotelero.

2.3.10.1. Ministerio de Turismo.

El MINTUR es el ente regulador de las actividades turísticas que se desarrollan en Ecuador, es un organismo estatal que busca el progreso del turismo en el país mediante actividades de planificación, promoción, gestión, difusión y control de los establecimientos turísticos.

2.3.10.2. Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Hoy en día los GAD Municipales cuentan con departamentos de Turismo que plantean programas y proyectos para el desarrollo de sus atractivos turísticos, además de ser puntos de información turística para nacionales y extranjeros que quieran conocer las bondades turísticas que presta cada cantón.

2.3.10.3. Asociación Hotelera Nacional del Ecuador (AHOTEC).

Es una institución privada, la cual la integran la mayoría de los establecimientos turísticos del país. Su finalidad es evitar las diferentes y cambiantes problemáticas que se le presentan a la actividad hotelera y desarrollar mediadas que generen el desarrollo de esta actividad.

2.4. Relación de las TIC con el sector Turístico

La industria turística y la informática tienen una sinergia impresionante, la creación de nuevos medios tecnológicos han permitido y facilitado cubrir las necesidades y deseos de los seres humanos por lo cual el turismo se ha visto beneficiado del progreso y desarrollo a escala mundial de las TIC.

El turismo es una actividad que se desarrolla en cualquier lugar del espacio terrestre, gracias a la tecnología es posible promocionar y comercializar actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra utilizando medios audiovisuales que resulten atractivos para los consumidores sin necesidad de encontrarse en el lugar que desean conocer.

Según (Sheldon, 2011) “el turismo es uno de los sectores económicos y sociales con mayor orientación hacia la información y por ello no ha sido ajeno al fenómeno de la adopción de innovaciones relacionadas con las TIC”. (p.3)

En la actualidad Internet es la herramienta tecnológica más importante en el desarrollo de las actividades turísticas de ocio y esparcimiento; debido a la diversidad de información que posee este medio los clientes pueden encontrar rápidamente lo que buscan como lugares a visitar, hospedaje y centros de alimentación consultando básicamente como llegar, precios y más.

Como (Valenzuela, 2007) señala en su tesis, “actualmente la mayoría de los productos tienden a ser parecidos o se imitan con rapidez, la diferenciación

resulta cada vez más complicada y se debe buscar en las experiencias emocionales resultado del contacto con el cliente” (p. 89).

“Es de suma importancia los comentarios de los turistas sobre sus experiencias de viaje (...), ya que estos inciden en las decisiones que tomarán otros posibles usuarios en el futuro.” (Martínez, 2006, p. 123).

Las tecnologías de la información y comunicación son una herramienta indispensable en cualquier actividad económica principalmente en las turísticas ya que otorgan beneficios a las empresas de este sector en temas tan importantes como la comercialización, relación con los clientes, reservación online, promoción entre otros; convirtiéndose en un instrumento dinamizador ideal para ganar calidad, reducir costos y darle a la empresa una presencia dentro de los mercados globales.

Sin importar el tiempo, distancia, ni ubicación es posible obtener información de hoteles, agencias de viajes, lugares turísticos, entre otros, solo con ingresar a un buscador de internet para obtener información las 24 horas, 7 día a la semana y los 365 días del año en cualquier lugar del mundo.

En la actualidad gracias al Internet los individuos se relacionan entre sí de manera más fácil, sin importar la distancia, todo depende del tipo de interés que posean y que tengan las aplicaciones o herramientas tecnológicas necesarias para hacerlo.

Como señala en su blog (Vizney, 2014) citando a la Reunión de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo celebrado en el año 2000 establece que “el sector del turismo está aprendiendo rápidamente que Internet puede satisfacer mucho mejor que cualquier otra tecnología actual la necesidad de los usuarios de recibir información de calidad que sea confiable.”(p. 3)

Gracias al Internet la población interesada en conocer nuevos lugares puede encontrar información de cualquier sitio y todas las características y

servicios posee este lugar, adaptando a su conveniencia el producto turístico que buscan y lo más importante poder pagarlo en línea.

2.5. TIC en Turismo

En el actual contexto de información, en el cual se desempeñan cada una de las pequeñas, medianas y grandes empresas, quien “domina la información tiene el poder”, la globalización de la comunicación obliga a que las empresas tengan herramientas informáticas adecuadas para la gestión de clientes y procesos internos.

Para (Naranjo, 2010) “el uso de las telecomunicaciones permite generar nuevas oportunidades y acercar a los negocios a los lugares menos accesibles” (p. 11). De esta manera se vuelve una ventaja competitiva el uso adecuado de la tecnología, enfocándose en la captación de nuevos clientes en todo el mundo.

En las actividades turístico las TIC incluyen la utilización de varios tipos de tecnologías como telefonía, telefonía móvil, redes sociales, fax, correo electrónico, creación o transferencia de archivos de un ordenador y en especial, Internet, que permite que estén conectados todos los ordenadores, permitiendo el acceso a fuentes de conocimiento e información de todo el mundo.

Para los empresarios del turismo es fundamental dar a conocer los beneficios tanto del país como de la empresa, por tanto lo mínimo que deben tener en la empresa para este fin es una página web, donde se concentre la mayor cantidad de información, de manera ágil y concreta. Este es el primer contacto que tiene el viajero con la empresa, por tanto no habrá de escatimar esfuerzos en su diseño, otro aspecto que es importante mencionar es la agilidad en el manejo de la información requerida, no se puede hacer esperar al cliente demasiado al responder sus inquietudes; en el caso del tiempo de respuesta de un mail enviado por un cliente, será máximo de 24 horas, caso contrario se puede perder la oportunidad de negocio.

La generación de negocios por medio de internet es la tónica actual del mercado, la mayor parte de las empresas utilizan las TIC para reservaciones, transferencias, ventas, promoción, publicidad, etc., no solo a nivel nacional sino internacional. Las Tecnologías de Información y Comunicación se usan también para reducir la carga administrativa, mediante el uso del correo electrónico interno, así como también las redes internas que permiten la solución de inquietudes que se puedan presentar por parte del cliente.

Es importante el uso, manejo y dominio de la tecnología en el Turismo, ya que nuestros clientes se encuentran en todos los lugares del mundo, y si deseamos convertirnos en empresas competitivas es importante utilizar la tecnología para ampliar el mercado y brindar un servicio de calidad.

A continuación algunas de las TIC que mayor impacto tienen en la actividad turística:

2.5.1. Sistemas globales de distribución (GDS).

Los Sistemas Globales de Distribución aparecieron a finales de los ochenta, permiten conectar electrónicamente a proveedores y agencias de viaje a través de un computadora; el agente puede consultar la oferta disponible, compararla, cotizar precios, reservar servicios de cadenas hoteleras, compañías de alquiler de coches entre otros; todo esto a través del pago de una tarifa.

Tienen cuatro funciones básicas:

- ✓ Informar sobre los horarios de vuelo, información de hoteles alquiler de automóviles, tour operadores.
- ✓ Emisión del billete de avión, además de facturar todos los servicios prestados.
- ✓ Impresión de itinerarios para que el cliente disponga de informaciones sobre el viaje. La ayuda y formación en línea permite solucionar cualquier problema y aclarar las posibles dudas.

- ✓ Construye un archivo de clientes, fácil acceso a la información de la empresa, entre otros.

2.5.2. Portales Web.

Hoy en día, algunas instituciones comienzan ver clara la necesidad de ser más ambiciosos respecto a las posibilidades de Internet. Ahora no basta con "estar" sino que es preciso "hacer". Ya no sirve esperar que vengan los clientes, sino que se hace necesario ir a buscarlos y conseguir mantenerlos fieles a nuestros espacios en Internet a través de promociones ofertadas por las organizaciones.

Un Portal Web gestiona de forma uniforme y centralizada, contenidos provenientes de diversas fuentes, implementa mecanismos de navegación sobre los contenidos, integra aplicaciones e incluye mecanismos de colaboración para el conjunto de usuarios a los que sirve de marco de trabajo.

2.5.3. Portales Web Turísticos.

Se entiende al sistema de Internet que utiliza recursos informativos para facilitar la posibilidad de reservar y/o comprar productos y servicios.

Presentan más información que los sitios tradicionales de Internet, de compañías particulares. Se pueden dividir en tres categorías primordiales:

- ✓ **Portales de destino o regionales:** Generalmente son desarrollados por instituciones gubernamentales y promueven el desarrollo de un país o de ciertas áreas turísticas dentro de una región. Un claro ejemplo de ello en Ecuador es los portales que ofrecen cada cantón a través de los GAD La información que se puede encontrar varia, pero la mayoría dan a conocer cómo llegar al destino, qué hacer allí, dónde alojarse, atracciones, eventos, excursiones, medios de transporte, entre otros.

- ✓ **Portales por tipo de actividad:** Estos portales son los menos comunes, presentan información sobre diversos destinos pero sobre un mismo tipo de actividad.

- ✓ **Portales de Búsqueda:** Son portales desarrollados por grandes empresas y su objetivo principal es ofrecer un sitio en donde el usuario pueda encontrar información generalizada sobre tarifas de avión, hoteles, cruceros, renta de automóviles, un ejemplo de ellos es Booking.com, Despegar.com, entre otros.

2.5.4. TIC en la Industria Hotelera.

El sector de alojamiento ha tenido grandes cambios en las últimas décadas en cuanto a tecnología y calidad se refiere; al ser un sector generador de servicios, debe mantener una mejora continua y significativa en la calidad del servicio que otorga a sus huéspedes.

“El hotel Milton de Nueva York utilizó por primera vez una herramienta tecnológica de gran magnitud como fue el ordenador en el año de 1963 y el primer SIGH (sistema integrado de gestión hotelera) fue implementado por el hotel Sheraton en 1970” (Martínez et. al., 2006, parr.4)

Los hoteles deben conocer de qué forma están utilizando las TIC como factor determinante para el desarrollo y progreso de sus empresas, además dependiendo de la categoría del hotel, será el nivel de informatización que brinden a los usuarios, ya que es lógico que los hoteles de mayor categoría puedan tener una mayor inversión de TIC y estar un paso adelante de los servicios ofertados por sus competidores.

La innovación tecnológica permite al usuario aportar contenidos, realizar comentarios, compartir ideas, imágenes y vídeos mediante la utilización de

Facebook, Twitter, YouTube y otras herramientas que brinda el Internet como tener un blog.

Con todo esto se puede decir que en la actividad turística el futuro de las empresas se construye agregando ideas a los productos y transformando las nuevas ideas en productos novedoso.

Algunas de las TIC que mayor impacto tienen en la actividad hotelera son:

2.5.4.1. Software de Gestión Hotelera (PMS).

Son programas informáticos que facilitan el desarrollo de las actividades diarias dentro de los establecimientos hoteleros, además de mejorar la eficiencia de las operaciones que se reflejan en los servicios prestados al cliente.

Entre ellas están:

- a) Gestión de “back office” "detrás del mostrador": reservas de los clientes.
- b) Gestión “front-office” "delante del mostrador: recepción, facturación, llamadas telefónicas, supervisión nocturna.

2.5.4.2. Sistema de Centralización de Reservas (CRS).

Estos sistemas o programas informáticos tienen una ubicación central que controla y actualiza adecuadamente el inventario de habitaciones y precios, permitiéndonos saber la disponibilidad y los precios con solo un clic.

2.5.4.3. Gestión de la Relación con el Cliente (CRM).

Para Ospina (2010) el CRM consiste en “construir relaciones duraderas mediante la comprensión de las necesidades y preferencias individuales y de este modo añadir valor a la empresa y al cliente” (parr. 6)

CRM es una estrategia de negocio basada en las tecnologías de la información, que permite llevar a cabo acciones y decisiones basadas en datos, en respuesta y anticipación al comportamiento de los clientes. Está destinada a aportar valor a clientes, a empleados y a la empresa, que se basa en la revisión de planteamientos y procesos de negocio con soluciones tecnológicas específicas. Desde otra perspectiva, CRM es un conjunto de actitudes y aptitudes que distingue a las empresas que están auténticamente centradas en el cliente. En síntesis suma a Internet como canal a través del cual se obtiene y comparte información sobre el cliente.

EL CRM es una herramienta digital que tiene una base de datos la cual almacena grandes cantidades de información de los clientes. Permite obtener información estratégica para conocer quiénes son sus clientes y donde se encuentran, de esta manera se podrán establecer comunicaciones personalizadas para lograr la fidelización de los mismos y por otro lado, este conocimiento facilitará la adecuación del producto, a una demanda variable.

Entender cómo funciona el CRM, es comprender dos conceptos básicos: el Data Warehouse y el Data Mining.

- ✓ **Data Warehouse** es donde se almacena toda la información de forma lógica de los clientes, es decir la base de datos a la cual puede acceder el empresario y trabajadores en cualquier momento.
- ✓ **Data Mining** es una herramienta que permite organizar de forma ordenada la información del cliente para poder satisfacer sus necesidades de forma personalizada.

2.5.4.4. Herramientas que brinda la Web 2.0.

Como indica (Fernández, 2011) “La Web 2.0 ha permitido que los establecimientos hoteleros puedan difundir cantidad de información sobre los servicios que ofertan es decir, los usuarios encuentran toda la información necesaria en un mismo lugar generando mayor participación por parte del cliente, y dándole mayor acceso a la información las 24 horas del día y 7 días a la semana, eliminando los intermediarios ya que pueden promocionar sus productos directamente al cliente a través de la página web.(p. 160-175)

2.5.4.4.1. Blogs.

Un blog es un espacio online dedicado a varios temas específicos creados por una persona de la red que conoce sobre el tema, generando debate y opiniones sobre el tema que prefieran tratar, quien comparte sus conocimientos y genera polémica propositiva a favor de un mejor entendimiento del tema tratado.

En turismo existe una gran variedad de blogs dedicados a actividades de ocio y recreación, como viajes, precios de hoteles y su ubicación, restaurantes, entre otros.

Un claro ejemplo de ello es TripAdvisor el cual es una plataforma digital que permite conocer las experiencias de los viajes realizados por los distintos usuarios a través del mundo, además de publicitar los establecimientos hoteleros.

2.5.4.4.2. Redes sociales.

Las redes sociales son otro claro ejemplo de Web 2.0, permite a todos los usuarios interesados generar y publicar información de todo tipo, además de brindar la facilidad de interactuar con personas alrededor del mundo.

Podemos definir las redes sociales como un medio de transmisión de información con otros usuarios y compartir además opiniones, ya que uno de los elementos a destacar en las redes sociales son los comentarios de otras personas acerca de lo que un usuario ha publicado, ya sea algo escrito o bien en formato multimedia (fotos, videos...) que dan a los posibles clientes la perspectiva de conocer que tan buen o malo es el servicio que prestan.

(Fernández, 2011) señala que los hoteles “utilizan las redes sociales para interactuar con clientes y a través de comentarios y opiniones obtienen información que resulta muy valiosa ya que le permite conocer mejor los gustos y preferencias de sus clientes” (p. 149-160). Así, el hotel es capaz de adaptar su oferta a lo que el cliente demanda, es decir ofrecer un servicio o producto personalizado y conocer aspectos que mejoraren sus establecimientos

Los hoteles utilizan las redes sociales como “medio de información detallada sobre el establecimiento como ubicación, contacto, sitios de interés turístico, eventos, entre otros; además como nuevo canal de difusión y publicidad (...). (Fernández, 2011, pp. 149-160)

El uso de redes sociales aumenta la demanda y por ende el posicionamiento en el mercado hotelero, ya que crea la posibilidad de publicar información mediante videos y fotos de manera más dinámica y que llame la atención del usuario, generando un mejor posicionamiento de su establecimiento, además de afianzar su sello y conocer a un gran número de personas que pueden ser sus futuros clientes.

“Una de las desventajas de las herramientas Web 2.0 es que en muchas ocasiones los usuarios publican valoraciones y comentarios negativos, incluso ofensivos. Por ejemplo en un hotel provocarían una percepción negativa en una persona que estaba considerando alojarse en el mismo” (Fernández, 2011, p.131)

2.5.4.4.3. Página web.

La página web es una herramienta de difusión de información, la ventaja que ofrece es principalmente realizar reservas, es decir, como canal de venta.

Al comercializar sus productos directamente con los clientes los hoteles reducen costos ya que se elimina la comisión que obtenían las agencias de viajes como intermediarias en el proceso de venta, eliminando la dependencia que tradicionalmente han tenido los hoteles en las agencias de viaje físicas.

2.5.4.4.4. Agencias de viaje on-line.

La revolución de las TIC, y la llegada de Internet han modificado el modo en que muchos de nosotros planificamos nuestros viajes. Es decir, a través de Internet podemos acceder a la página web de una compañía aérea para efectuar la búsqueda, reserva y pago del vuelo para llegar a nuestro destino, sin necesidad de acudir a la agencia de viajes sino que también podemos hacerlo a través de agencias de viajes on-line.

Se trata de portales web que incluyen herramientas para la búsqueda, reserva y pago.

Al igual que las agencias de viajes tradicionales, las agencias de viajes on-line reciben una comisión por actuar como intermediarias entre la empresa que ofrece los servicios y el usuario final. No obstante, según (De Pablo, 2004), “las cuotas que se pagan a los intermediarios electrónicos son menores y a esto hay que sumarle la gran ventaja que ofrecen de acceder a un número ilimitado de clientes, ya que operan a través de la red, con lo cual se pueden incrementar las posibilidades de venta” (p.59)

Por último, la red es un medio que permite transmitir grandes cantidades de información, lo cual en el tradicional formato escrito (revistas, folletos, catálogos) suponía un gran costo para la empresa. Por tanto, “estos nuevos

canales de distribución online ofrecen a los hoteles la posibilidad de acceder a un número ilimitado de clientes potenciales, ofreciéndoles una gran cantidad de información de manera rápida, y que está disponible en cualquier momento y todo esto a un costo menor.”(De Pablo, 2004, p. 67).

2.5.4.4.5. Computadoras de Bolsillo y Telefonía Celular.

Los equipos de cómputo continúan disminuyendo de tamaño y transfiriendo sus capacidades a otros aparatos existentes, tal es el caso de las computadoras de bolsillo, Tablet y los teléfonos móviles. Estas herramientas continúan desarrollando aplicaciones y mejoras a su sistema operativo con el fin de permitir el acceso móvil de estos aparatos a redes de comunicación como Internet que puedan proveer información instantánea.

2.6. Marco Legal

Desde 1999, en plena burbuja tecnológica, se fortalece y crece aceleradamente una robusta infraestructura mundial de comunicaciones, basada en fibra óptica, esto dio paso a la consolidación de la red de redes, Internet, siendo este el punto de partida para el crecimiento tecnológico que ha permitido que las TIC sean hoy parte de nuestra vida diaria. Conforme la infraestructura física crece, se percibe la necesidad de crear regulaciones, salvaguardar la información, garantizar el acceso, procurar la seguridad para las personas en el uso de las aplicaciones y datos. Estas regulaciones dependen de la capacidad de análisis de cada país sobre el efecto que las TIC tienen en su sociedad, del grado de madurez y visión futura que se tenga sobre los aspectos de comercio e innovación.

Es por esto que la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) en su sección Tercera habla sobre la Comunicación e Información estableciendo en sus artículos:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación (...) de bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará (...) el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará (...) el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

En la Sección octava, Ciencia, tecnología, innovación y saberes

Artículo 385.- Señala que hay que desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad y mejoren la calidad de vida.

Artículo 387, Será responsabilidad del Estado:

1. Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo.
2. Promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica.

Son estos los derechos que se desarrollan en la legislación ecuatoriana sobre TIC, bajo el entendido de que las TIC son los medios o las herramientas que pueden hacer accesibles los bienes y servicios para que las personas disfruten de los derechos que la Constitución de la República reconoce con carácter universal para todas las personas.

Dentro del área turística los establecimientos hoteleros son los que mayores herramientas tecnológicas utilizan en el desarrollo de sus actividades cotidianas y han experimentado en la evolución de las TIC un mejor desempeño en sus actividades tanto internas como externas por lo que es importante que existan regulaciones que protejan la información y comunicación que se encuentra en la Red, además de que garantice que la información que se oferta por parte de la industria turística es veraz.

Internet es una herramienta de las TIC que más ha revolucionado el sector hotelero y de viajes, gracias al internet la transmisión de información entre productor y consumidor de servicios turísticos se ha visto beneficiada por acortar los lazos y personalizar el servicios.

2.7. Comercialización Digital en la Industria Turística Hotelera

El uso de las TIC (Tecnologías de la información y comunicación) se ha proliferado dentro del ámbito del turismo convirtiéndose en una herramienta fundamental para llegar a conquistar turistas para los diferentes destinos que se promocionan en la web.

Estas herramientas de comunicación han transformado a la hotelería en la forma en que captaba a sus clientes, hoy en día el Marketing Digital a través de Internet y otras formas de comunicación electrónica permite comunicar con los mercados objetivo de la forma más rentable, y permitir el trabajo conjunto con otras organizaciones asociadas con las que exista un interés común.

2.7.1. Definición de Marketing Digital.

El **marketing digital** “mantiene conectadas a las empresas u organización con sus segmentos de mercado y clientes, mediante los medios digitales que estén disponibles, con la finalidad de comunicarse fluidamente con ellos, brindarles servicios y realizar actividades de venta” (Thompson, 2015, parr. 8)

El Marketing Digital consiste en usar las tecnologías de la información basadas en Internet y todos los dispositivos que permitan su acceso para realizar comunicación, con intención comercial entre una empresa y sus clientes o potenciales clientes.

Actualmente el Marketing Digital incluye todos los medios de comunicación electrónicos como el sitio web de la empresa, publicidad en

buscadores, Desarrollo de Contenido, (infografías, imágenes, audio, vídeos) y Redes Sociales, además del tradicional correo marketing y CRM.

Internet pone los clientes a disposición de las empresas a un clic de distancia. No operar en esta plataforma supone una amenaza y el hacerlo supone una oportunidad de negocio. Muchas empresas piensan que el marketing en Internet sólo implica a aquellas empresas que se dedican al comercio electrónico o cuentan con una oferta de productos o servicios susceptibles de venderse por Internet. Hay que ser conscientes de que cada vez más personas pasan más tiempo en Internet, utilizando dicho medio como única fuente de información global. Así, los buscadores web están sustituyendo a las tradicionales Páginas Amarillas en papel, de forma que si no tenemos presencia en la Red, es como si no existiéramos para una gran mayoría de personas. Internet nos ofrece una gran oportunidad a la hora de conseguir potenciales clientes, independientemente del tipo de negocio que se practique.

2.7.2. Beneficios del Marketing Digital.

Los beneficios del marketing digital incluyen:

- Transmisión de grandes cantidades de información de una forma sencilla para el usuario
- Creación de marca por la rápida difusión de las conexiones de banda ancha, que permiten a los usuarios utilizar imágenes y animaciones complejas, así como mejores comunicaciones e interacción;
- Interacción entre cliente- empresarios-cliente.
- Rendimiento económico de la transmisión de información y de los productos a la venta de forma directa, económica e inmediata a los principales clientes a través de la web, el correo electrónico y los dispositivos móviles.

2.7.3. Marketing Digital en las distintas fases de viaje del Cliente.

Tabla 2

Marketing Digital en las fases de viaje del Cliente

CICLO DEL VIAJE	Actividades de Marketing Digital Destinadas al Cliente
Soñar y Seleccionar	<ul style="list-style-type: none"> -Proyección de marca y contenido que motive, incluidos el vídeo por Internet. -Promociones por correo electrónico. -Distribución de información a través de intermediarios importantes, como Expedia. -Optimización de los motores de búsqueda.
ANTES Organización Del Viaje	<ul style="list-style-type: none"> -Información sobre transporte, alojamiento, eventos y actividades extras. -Herramientas de planificación para que las utilice el cliente en Internet, incluidos itinerarios y planificadores de rutas. -Redes sociales para intercambiar y compartir contenidos. -Ofertas y promociones especiales por correo electrónico.
Reservar	<ul style="list-style-type: none"> -Dispositivos de búsqueda del producto en la red. -Capacidad para realizar reservas en el sitio web del destino. -Posibilidad de reservas mediante terceros, incluidas la comparación de motores de búsqueda con posibilidad de "elección" del precio y de la disponibilidad.
DURANTE Visita	<ul style="list-style-type: none"> -Planificador de itinerarios interactivo para los visitantes. -Utilización de nuevos medios para introducir comentarios, interpretación, entretenimiento. -Ofertas oportunas basadas en la ubicación a los móviles, mediante el servicio de mensajes cortos o el correo electrónico. -Información y herramientas para que las puedan utilizar los centros de información y otros distribuidores. -Distribución en hoteles y habitaciones.
DESPUÉS Tras la Visita	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación en línea sobre la visita del cliente, su satisfacción y la posibilidad de repetir la visita. -Facilitar comunidades de visitantes mediante blogs, imágenes, añadiendo opiniones recomendaciones y repeticiones.

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) (2011)

Elaborado por: La Autora, 2015

Todo turista al planificar, organizar, y realizar un viaje experimenta sensaciones distintas, por tal razón el marketing digital ayuda mucho al turista a vivir una mejor experiencia, facilitándole la búsqueda de información, permitiéndole apropiarse de su viaje y seleccionando las características que más le agrade y lo más importante le permite trasladarse de forma digital al lugar que pretende visitar en un futuro. Por todo esto en toda actividad turística los viajeros experimentan 3 veces su viaje, las cuales se facilitan al hacer uso de las herramientas digitales.

El marketing digital se desarrolla activamente en todo el proceso de viaje:

1. **Antes de Viaje:** es decir cuando crea la idea de realizar un viaje para el cual sueña, organiza y selecciona lo que se ajusta a sus necesidades, toda la información que adquiere en esta etapa es a través de las herramientas tecnológicas, de igual manera influye la información que obtenga de personas que ya han visitado el lugar para obtener un punto de vista distinto al que se promociona en medios digitales.
2. **Durante el Viaje:** es cuando el viaje que visualizó gracias a la información que obtuvo, se vuelve realidad, vive y conocer lugares que le permiten adquirir experiencias y recuerdos. Gracias a las TIC su viaje puede ser más placentero al tener tecnología brindado por los establecimientos turísticos de forma gratuita como es Wi-Fi que le permitirá al cliente transmitir simultáneamente sus experiencias a través de la red.
3. **Después del Viaje:** una vez que el viajero regresa adquirió experiencias las cuales necesitan ser contadas por lo que es importante mantener la relación mediante acciones de investigación y de seguimiento. En esta etapa el seguimiento digital a los clientes es muy importante ya que servirá de puente con sus futuros consumidores ya que transmitirá a través de la red los aspectos positivos o negativos que haya adquirido durante su estadía.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Presentación del Capítulo

Este capítulo comprende los recursos metodológicos utilizados en el desarrollo del presente trabajo con la finalidad de obtener información útil para el correcto progreso de la investigación. Se detalla el tipo de investigación, las técnicas y los instrumentos que se han manejado al momento de recopilar datos.

Además se indica la muestra y población de estudio con la finalidad de recabar información veraz y significativa sobre el uso de las TIC en los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1. Investigación documental.

Para (Yépez, 2006) “la investigación documental, se caracteriza por la utilización de documentos; recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes; porque utiliza los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación” (p. 35)

Mediante la investigación documental se recolectó información de textos, documentos, revistas entre otros; los cuales contienen datos de interés relacionados con el tema de estudio. Estos datos han servido de base para la elaboración del marco teórico sobre el uso de las TIC en los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Ibarra.

3.2.2. Investigación de campo.

Para (Ávila, 2011), citando a Kerlinger la investigación de campo es: “sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables” (p.269)

Se ha realizado una **Investigación de campo** de tipo descriptivo y explicativo.

Descriptivo.- porque a través de la investigación de campo se pudo observar y recolectar información de primera mano mediante la utilización de fichas de observación y fichas de registro para determinar las herramientas tecnológicas que utilizan los establecimientos de alojamiento de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.

Explicativa.- porque se detalla en forma de redacción los hallazgos que se obtuvieron al realizar la investigación de campo.

3.2.3. Investigación propositiva.

La **investigación propositiva** es una actuación crítica y creativa, caracterizada por plantear alternativas de solución a los problemas suscitados. Este tipo de investigación nos permite sugerir una propuesta que ayude a solucionar el insuficiente uso de las TIC en los establecimientos de hospedaje de Ibarra.

3.3. Métodos de investigación.

Con la finalidad de obtener resultados fidedignos que permita conocer el porqué de la insuficiente utilización de TIC en los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra., los métodos que se han utilizado son:

3.3.1. Método inductivo-deductivo.

Para Yépez (2006) “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares” (p.15). Permite obtener conclusiones generales y particulares a partir del análisis de casos similares; es así que a través de la observación, registro y análisis de los hechos se determinó conclusiones sobre la realidad de los establecimientos de alojamiento de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra, en cuanto al uso de las TIC.

3.3.2. Método analítico-sintético.

Para Rodríguez (2005) “Es un proceso mediante el cual se relacionan los hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos” (p.145).

Ha sido de gran importancia en esta investigación ya que permite que la información documental sea sintetizada en forma de redacción, de igual manera la información captada sea analizada para plantear una propuesta alternativa.

3.3.3. Método cuantitativo.

Profundizan en la realidad objetiva, siendo esta independiente de creencias, y más susceptible de conocerse. Es así que se logró medir que hoteles hacen o no uso las TIC para mejorar su nivel competitivo en el mercado. (Yépez, 2006, p.37)

3.3.4. Método cualitativo.

Para Yépez, (2006) “se basa en descripciones y observaciones del objeto de estudio” (p.29). La recolección de datos está influida por experiencias y prioridades de los participantes en relación al uso de las TIC en la gestión

hotelera, así como las cualidades que posee cada uno de los hoteles en cuanto a infraestructura y tecnología.

3.4. Técnicas de investigación.

En la investigación se recolectó información de primera mano, acudiendo directamente a los centros hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra; usando distintas técnicas e instrumentos como fichas de registro y encuestas para obtener información veraz y objetiva.

3.4.1. Fichas de registro.

Según (Yépez, 2006) una ficha de registro es un “recurso didáctico, de gran ayuda en la elaboración de investigaciones, que se caracteriza por contener algunos datos básicos sobre información extraída o consultada. Este tipo de ficha nos ayuda por tanto a tener un control y una organización sistemática de información que nos resulte importante” (p.45)

Son herramientas diseñadas para el registro de información de los centros que se dedican a la prestación de servicios de alojamiento en la ciudad de Ibarra, donde de forma breve y sintética se señala los equipos y programas tecnológicos que poseen; uso, acceso y adopción en cuanto TIC, toda esta información es brindada por el propietario, recepcionista o persona encargada de su administración.

3.4.2. Encuesta.

Es una técnica que consiste en obtener información de una parte de la población mediante el uso de cuestionarios preparados que aclaren el problema de investigación; la encuesta realizada se dirigió a los clientes de los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra para los cuales se tomó como referencia los datos de la Dirección de Turismo del Municipio y del Ministerio de Turismo.

3.5. Población

La población según Icart, Fuentelsaz y Pulpón (2006) “Es un conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar.”(p. 55)

La población es el conjunto o suma total de unidades de investigación, pudiendo estas ser referidas a personas, instituciones, hechos y/o autoridades; a los cuales hace referencia la investigación para los que serán válidas las conclusiones que se obtengan.

En una investigación puede haber uno o varios universos por estudiarse; en este caso se manejarán dos universos: el primero va dirigido a los(a) Propietarios, Gerentes o Administradores de los 28 establecimientos hoteleros de Ibarra y el segundo a los clientes que hacen uso de los mismos. Toda esta información se encuentra detallada en la **Tabla 3**.

En el primer objeto de estudio los 28 hoteles fueron investigados a base de Fichas de Registro dirigidas a los(a) Propietarios, Gerentes, Administradores de los establecimientos hoteleros de Ibarra con la finalidad de conocer que herramientas tecnológicas utilizan a la hora de prestar sus servicios.

El segundo objeto de estudio fue dirigido para los clientes que visitan los establecimientos de primera y segunda categoría de Ibarra para conocer sus gustos y preferencias en relación a las TIC. Debido a que el universo de clientes es muy grande y difícil de captar se seleccionó una parte de ella denominada Muestra para tener una representatividad.

Tabla 3*Base de Informantes*

Informantes		Número
Establecimientos	Primera	10
Hoteleros	Segunda	18
TOTAL		28
Clientes de establecimientos		200
Hoteleros de 1. ^a Y 2. ^a categoría de Ibarra		
TOTAL		228

Fuente: Investigación de campo a Establecimientos Hoteleros de Ibarra**Elaborado por:** La Autora, 2015

3.6. Muestra

Según Icart, et al. (2006) “La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población.” (p. 55)

La muestra es una selección representativa de la población a investigarse. En este caso se tomó como referencia el total de clientes de los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de Ibarra.

Para determinar la ocupación mensual de cada establecimiento se seleccionó la información estadística brindada por el MINTUR los cuales realizan una encuesta de Alojamiento mensual, seleccionando como referencia el mes de abril del año 2015, obteniendo alrededor de **15.000** clientes mensuales que acudieron a estos centros hoteleros investigados.

Para determinar la muestra de la población objeto de estudio se utilizó una fórmula matemática que ayuda a establecer un número referencial de personas que serán encuestados.

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

Simbología:

- N = Total de la población
- $Z^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 3%)

$$n = \frac{15.000 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2(15.000 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n = \frac{2.737,14}{13,681576}$$

$$n = 200$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación del Capítulo

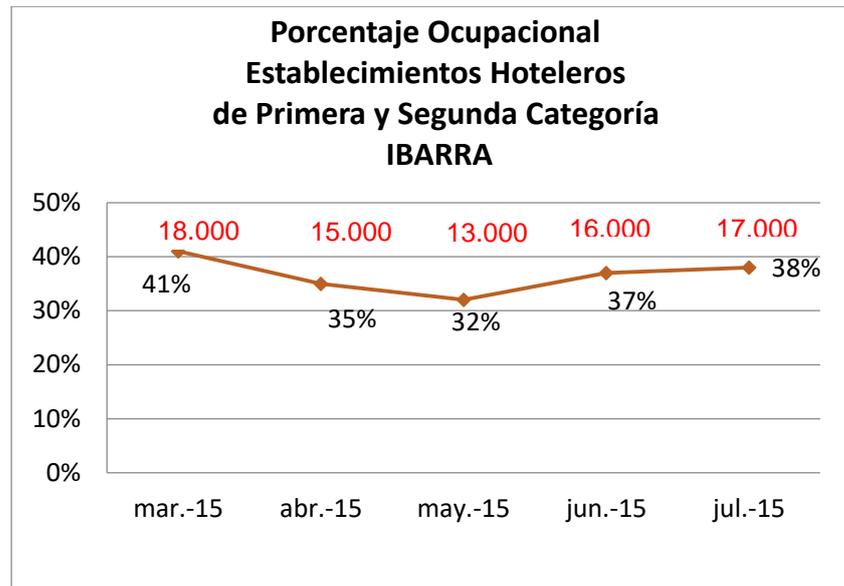
En el presente capítulo se hace un análisis de los datos obtenidos al aplicar los instrumentos de investigación como las fichas de registro a los 28 establecimientos de hospedaje de primer y segunda categoría de la ciudad de Ibarra y la encuesta dirigida a los clientes sobre los principales TIC que consideran debería tener los centros de alojamiento.

Los resultados de las **Fichas de Registro** han sido clasificados y serán mostrados en cuatro puntos. La **Ficha N°1** muestra los Equipos y Programas tecnológicos que poseen las empresas turísticas de alojamiento de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra, la **Ficha N°2** muestra las tecnologías que poseen los establecimientos hoteleros para el servicio del huésped, la **Ficha N°3** señala las TIC utilizadas para la comercialización de los servicios Hoteleros y la **Ficha N°4** da a conocer las principales características de los 28 establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra mediante una descripción general de cada empresa de alojamiento.

Para cuantificar los clientes que visitan los establecimientos hoteleros de Ibarra se tomó como referencia los datos brindados por la Encuesta Mensual de Alojamiento que realiza el MINTUR tomando como referencia el mes de Abril del 2015.

Figura 1.

Establecimientos Hoteleros de Primera y Segunda categoría de Ibarra



Fuente: MINTUR- Encuesta Coyuntural de Alojamiento

Elaborado por: La Autora, 2015

4.2. Análisis de Resultados

4.2.1. Análisis e interpretación de Fichas.

4.2.1.1. Ficha de registro Nº 1

Equipos y Programas tecnológicos que poseen los Establecimientos Hoteleros (Ver Anexos 9.6)

Indicador 1.- Ordenadores

Tabla 4

Ordenadores

Indicadores	Frecuencia	%
Ordenador de Escritorio	24	85,7
Ordenador Portátil	15	53,6
Ordenadores Móviles	12	42,9

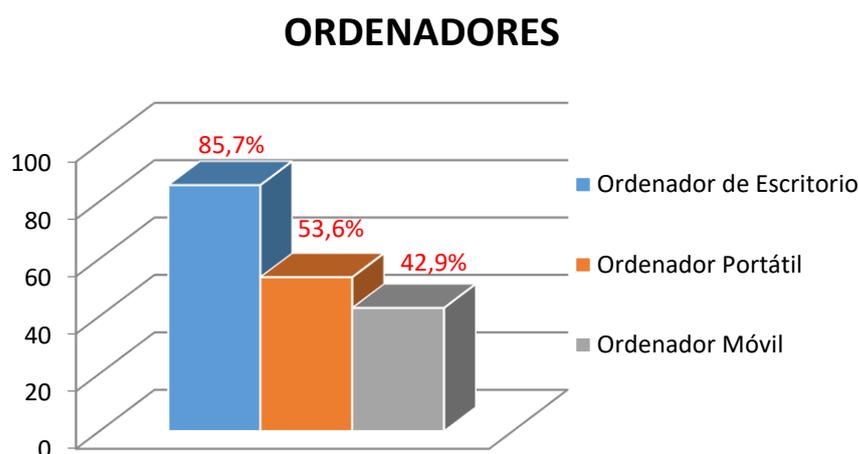


Figura 2. Ordenadores

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: En la investigación realizada se conoció que los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Ibarra de primera y segunda categoría poseen algún tipo de ordenador sea de escritorio o portátil para el mejor desarrollo de sus actividades diarias.

El tercer cuartil de establecimientos poseen dispositivos de escritorio, conectados a cables y destinados a una oficina, especialmente al

departamento de contabilidad dejando de lado el área de recepción ya que son muy pocos (especialmente los de segunda categoría) los que cuentan con algún tipo de ordenador ya que manifestaron que el procedimiento de recepción se lo realiza manualmente.

La mayoría de establecimientos de primera categoría cuentan con dispositivos móviles y de escritorio que facilita el desarrollo de sus funciones, demostrando que están mejores equipados tecnológicamente con ordenadores táctiles en todas sus áreas de trabajo, eliminando los teclados y haciendo más fácil la comunicación entre departamentos a diferencia de los de segunda categoría que realizan muchas tareas manualmente por la falta de conocimiento o por el miedo a arriesgar gran capital en la adquisición de estas tecnologías que facilitan la comunicación tanto interna y externa de la empresa.

Se pudo evidenciar que menos de la mitad de los establecimientos investigados usan los ordenadores móviles como Tablet o Smartphone ya que los que poseen son de uso personal y no empresarial quedando en evidencia que las empresas al carecer de los mismos no participan de los beneficios que brinda las TIC.

Por otro lado dos establecimientos de segunda categoría como son “El Madrid” y “El Callejón” ubicado en pleno centro de la ciudad no contaban con ningún tipo de ordenador ya que cuando necesitan hacer uso de estos instrumentos de trabajo del siglo XXI, lo hacen de forma particular con algún ordenador personal que se encuentra fuera de las instalaciones.

Indicador 2.- Sistema Telefónico Convencional

Tabla 5

Sistema Telefónico

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	26	93
No tiene	2	7
TOTAL	28	100

TELÉFONO CONVENCIONAL

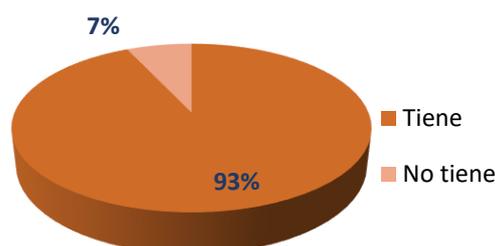


Figura 3. Sistema Telefónico Convencional

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: La mayoría de los establecimientos hoteleros poseen línea telefónica brindadas por las diferentes compañías existentes en el país como Claro, Movistar y CNT, los hoteles de primera categoría como son La Estelita y Cananvalle no posee sistema telefónico convencional por la lejanía con la ciudad y porque en su gran mayoría su segmento de mercado son extranjeros que reservan o contacta a través de algún otro medio tecnológico brindado por Internet.

En relación a los establecimientos analizados de segunda categoría todos tienen línea telefónica ya que ven en esta herramienta de comunicación una forma fácil de transmitir e intercambiar información con sus clientes, además de ser económica y de fácil manejo.

Así se puede determinar que esta herramienta tecnológica en la ciudad de Ibarra es muy utilizada como una base de interacción e información con los futuros clientes y consumidores.

Indicador 3.- Ofimática (Word, Excel...)

Tabla 6
Ofimática (Word, Excel...)

Indicadores	Frecuencia	%
Utilizan	21	75
No Utilizan	7	25
TOTAL	28	100

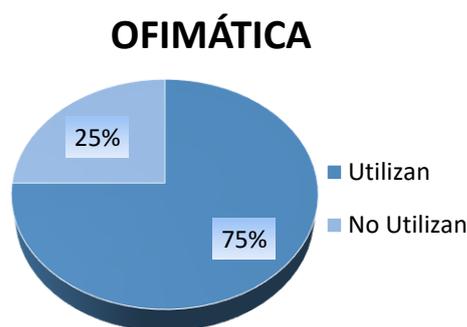


Figura 4.Ofimática (Word, Excel...)

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Microsoft brinda un sinnúmero de herramientas para facilitar el desarrollo de actividades empresariales y hacer más fácil el desempeño laboral; en los establecimientos de alojamiento es muy común utilizar programas de Microsoft Office como Word y Excel para realizar informes, cuadros estadísticos, roles de pago y demás, es así que de las 28 empresas hoteleras visitadas el tercer cuartil si hace uso de estos programas; los 10 de primera categoría utilizan estos programas en alguna de las áreas del establecimiento, mientras que de los 18 establecimientos de segunda categoría 5 no lo hacen ya que todo actividad es desarrollada tradicionalmente con papel y lápiz, poniendo en evidencia la falta de aplicación de programas tan básicos que facilitan el desarrollo de las diferentes actividades dentro de la empresa, esta particularidad se da en su gran mayoría por poco interés y desconocimiento de utilización de estas herramientas tecnológicas. Al ser hoteles pequeños todo lo hacen de forma manual y la contabilidad la llevan personas particulares fuera de la empresa, las cuales hacen uso de estos programas para mayor facilidad y control estadístico.

Indicador 4.- Conexión a Internet

Tabla 7

Conexión a Internet

Indicadore	Frecuencia	%
Tiene	28	100
No tiene	0	0
TOTAL	28	100

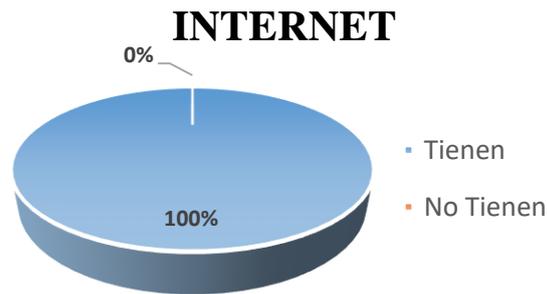


Figura 5. Conexión a Internet

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Todos los establecimientos hoteleros investigados de la ciudad de Ibarra tienen acceso a INTERNET en la mayoría de sus áreas, la cual acceden a través de una línea telefónica brindada por CNT y Claro. El Internet al ser en la actualidad una herramienta fundamental de comunicación no ha pasado desapercibido por los propietarios de los establecimientos hoteleros los cuales han contratado paquetes de acceso a la red para que sus clientes tengan un plus al servicio de alojamiento.

La mayoría de establecimientos hoteleros en Ibarra tienen una velocidad de 3.1 Megas de banda ancha que denota en la rapidez del Internet dependiendo de las personas que estén conectadas, invirtiendo alrededor de \$ 40 y \$ 50 dólares mensualmente. Los de segunda categoría tienen planes de 2.1 Megas que disminuye la rapidez con la que pueden acceder los usuarios a páginas de su interés.

Indicador 5.- Intranet (Red Interna)

Tabla 8
Intranet

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	11	39
No tiene	17	61
TOTAL	28	100

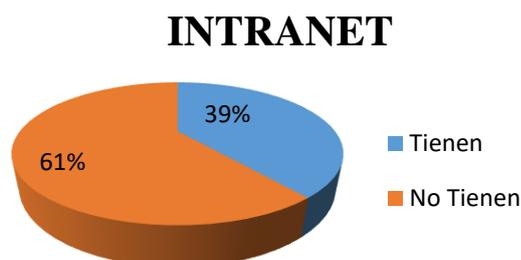


Figura 6. Intranet

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Una intranet consiste en implantar las tecnologías de Internet pero de forma que puedan acceder únicamente los empleados de la organización, en sí es una red que transmite información del establecimiento internamente. Menos de la mitad de los establecimientos investigados poseen algún tipo de comunicación interna que permita a los miembros de una organización comunicarse y colaborar entre sí con información útil para los diferentes departamentos, facilitando las labores diarias de sus trabajadores. Es así que se nota la gran falencia que existe en esta herramienta tecnológica ya que más la mayoría de los establecimientos analizados no cuentan con una red interna que permita de forma segura transmitir información entre las diferentes áreas, a fin de que se pueda evitar filtración de información de interés solo de la empresa.

Indicador 6.- Sistema de Tele-Vigilancia

Tabla 9

Sistema de Tele-Vigilancia

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	12	43
No tiene	16	57
TOTAL	28	100

SISTEMA DE TELE-VIGILANCIA

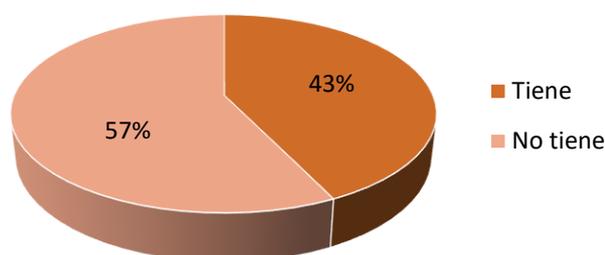


Figura 7.Sistema de Tele-vigilancia

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Más de la mitad de los establecimientos investigados no tienen sistemas de vigilancia que brinde seguridad a sus trabajadores y huéspedes, tan solo 12 alojamientos (7 de primera y 5 de segunda categoría) tiene cámaras de seguridad. Los que cuentan con algún sistema de seguridad tienen máximo 3 cámaras en los pasillos, recepción y parqueadero; los establecimientos que no poseen sistemas de guardia consideran que no es necesaria la implementación de un sistema de vigilancia tanto para el control de personal como para la tranquilidad de sus huéspedes.

Indicador 7.-Programa de Registro de Clientes (CRM)

Tabla 10
CRM

Indicadores	Frecuencia	%
Digital	10	36
Manual	18	64
TOTAL	28	100

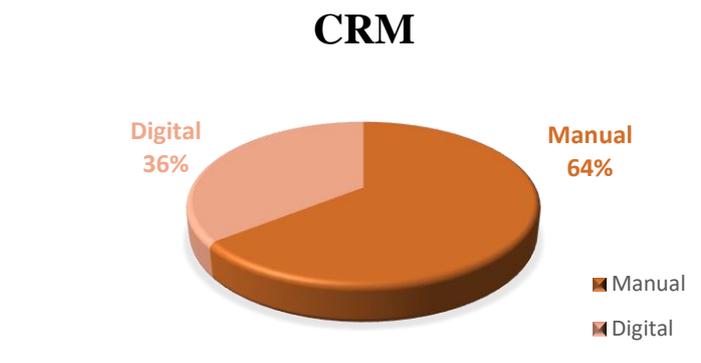


Figura 8. Programa de Registro de Clientes

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Al preguntar sobre qué programa utilizaban dentro de los hoteles para la gestión de registro de los clientes, se observó que la mayoría maneja un programa manual a través de tarjetas de registro lo cual no es factible para el manejo de la información de los clientes ya que de forma escrita pueden perderse o desgastarse, y los que si utilizan un programa digital lo hacen solamente en hojas de cálculos como Excel, o en un editor de texto como Word dejando atrás los programas especializados .

Una de las principales falencias es que no usan esta herramienta en el área de recepción ya que son pocos los que cuentan con un ordenador en esta área que les permita llevar un registro digital de los clientes; principalmente los de segunda categoría y los más centrales de la ciudad como Madrid, Callejón, Nueva Estancia, Royal Ruiz realizan el proceso de registro y facturación de sus clientes a través de papeles generando acumulación de documentos y haciendo más larga el proceso de búsqueda de la información de un determinado cliente.

Indicador 8.-Software de Gestión Hotelera (PMS)

Tabla 11

Software de Gestión Hotelera

Indicadores	Frecuencia	%
Utilizan	10	36
No Utilizan	18	64
TOTAL	28	100

GESTIÓN HOTELERA

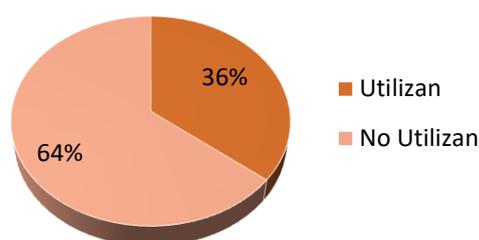


Figura 9. Software de Gestión Hotelera

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Al utilizar un PMS podemos controlar todas las áreas de gestión interna y externamente del establecimiento hotelero de forma eficiente, ágil y totalmente integrada.

Los establecimientos que utilizan algún programa de gestión hotelera son los que pertenecen a primera categoría con el cual pueden controlar todo lo que sucede en su empresa desde facturación, disponibilidad de habitaciones, precios, entre otros. Poseen programas básicos de manejo por el cual pagan una suscripción anual para acceder a las funciones de esta herramienta. A diferencia de los establecimientos de segunda categoría (64%) los cuales no hacen uso de estos programas por los altos costos que generan y por el desconocimiento de las ventajas que brinda estas plataformas.

Esto demuestra los de primera categoría han implementado mayor herramientas tecnológicas debido a que su capacidad económica es mayor a los de segunda categoría que no actualizan digitalmente su establecimientos debido a los altos costos de adquisición.

Indicador 9.-Sistema de Centralización de Reservas (CRS)

Tabla 12

Sistema de Centralización de Reservas

Indicadores	Frecuencia	%
Utilizan	21	75
No Utilizan	7	25
TOTAL	28	100

SISTEMA DE RESERVAS

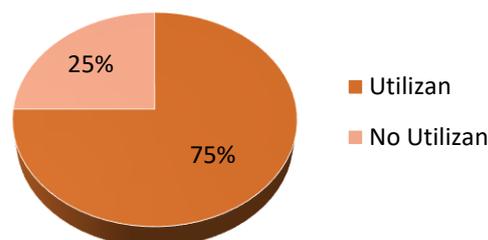


Figura 10. Sistema de Centralización de Reservas

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: en relación a los medios tecnológicos por los cuales los clientes pueden hacer sus reservas y los trabajadores controlar la disponibilidad de habitaciones en la ciudad de Ibarra muy pocos cuentan con un sistema digital que conecte la disponibilidad de habitaciones con los motores de reservas existentes en el mercado. Todos los establecimientos de primera categoría utilizan motores como Bookjng.com, Reservas.com, Expedia, Despegar, los cuales cobran una tarifa por acceder a sus servicios y en su mayoría cada página web posee un motor directo que se conecta al establecimiento mejorando la capacidad de gestionar y ofrecer sus servicios de forma digital.

Los establecimientos que no permiten al cliente hacer reservas en línea; son El Madrid, Nueva Estancia, Laguna, Sueño Real, Palma Real ,el Callejón, el Portal repercutiendo en menos ingresos para el establecimiento y disminuyendo la competitividad del mercado ya que clientes extranjeros en su mayoría utilizan los medios tecnológicos como una forma de asegurar su estadía en un determinado establecimiento.

4.2.1.2. Ficha de registro Nº 2

Herramientas tecnológicas para Gestión Hotelera Interna al Servicio del Huésped. (Ver Anexos 9.7)

Indicador 1 : TV en Habitaciones

Tabla 13

TV en Habitaciones

Indicadores	Frecuencia	%
Pantalla CRT	8	28
Pantalla Plasma	9	31
Pantalla LED	12	41
TOTAL	28	100

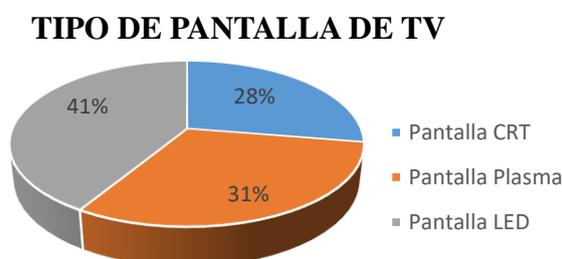


Figura 11. TV en Habitación

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Todos los establecimientos hoteleros investigados tienen Televisión en sus habitaciones, la mayoría se han preocupado por actualizar sus equipos de TV especialmente los de primera categoría ya que todos cuentan con TV de pantalla LED o Plasma, de última tecnología, que abarata gastos con su adquisición ya que su consumo eléctrico es muy reducido, además son pantallas muy finas y con un peso muy ligero que permiten conectarse a Internet. Mientras que en los establecimientos de segunda categoría aún se conserva los TV CRT o cajas de gran peso y tamaño. En este sentido se considera que todos brindan una herramienta tan fundamental de comunicación como es la Televisión con distintas características como peso, tamaño y nitidez.

Indicador 2 : Acceso a programación

Tabla 14

Acceso a programación

Indicadores	Frecuencia	%
Por Cable	26	93
Satelital	2	7
TOTAL	28	100

ACCESO A PROGRAMACIÓN

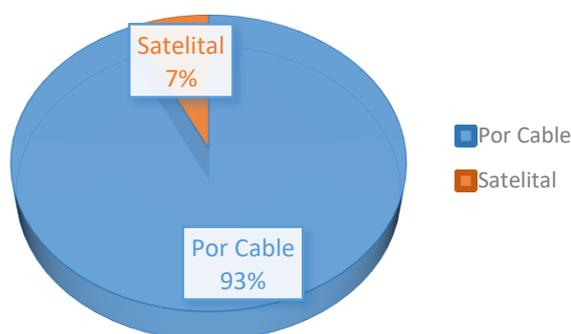


Figura 12. Acceso a Programación

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: En su gran mayoría los establecimientos poseen conexión por cable para la transmisión de canales nacionales e internacionales, 26 establecimientos tienen transmisión de canales por cable brindado por las diferentes empresas existentes en la ciudad como son Tv Cable, Cineclable, DirecTV e Imbacable ya que tienen precios cómodos y paquetes accesibles para las características de los hoteles, mientras que 2 establecimientos de Primera categoría poseen conexión satelital debido a la lejanía de la ciudad y la mayor nitidez y variedad de canales que ofrece este sistema.

Indicador 3: Conexión Inalámbrica

Tabla 15

Conexión Inalámbrica

Indicadores	Frecuencia	%
Por Áreas	26	93
Todo el Establecimiento	2	7
TOTAL	28	100



Figura 13. Conexión Inalámbrica

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: En cuanto al servicio de WI-FI todos los establecimientos encuestados ofrecen el servicio gratuito para sus clientes como un servicio adicional al hospedaje. De 28 establecimientos 26 tanto de primera y segunda categoría brindan este servicio en todo las instalaciones, principalmente en el área de habitaciones, en contraposición de 2 establecimientos de primera categoría que solo lo ofrecen en el área de restauración por ser considerados sitios de descanso y relajación para lo que es necesario desconectarse de toda herramienta tecnológica.

Los hoteles en cuanto al acceso de Internet para sus clientes si están actualizados, brindando así un servicio adicional en su estadía y facilitando el poder conectarse por medio de una computadora o un teléfono sin mayor problema a través del servicio de Internet inalámbrico; considerando que la mayor parte de sus clientes son empresarios que necesitan estar comunicados con sus grupos de trabajos.

Indicador 4: Inteligencia Ambiental

Tabla 16

Sensores de Movimiento

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	14	50
No tiene	14	50
TOTAL	28	100

SENSORES DE MOVIMIENTO

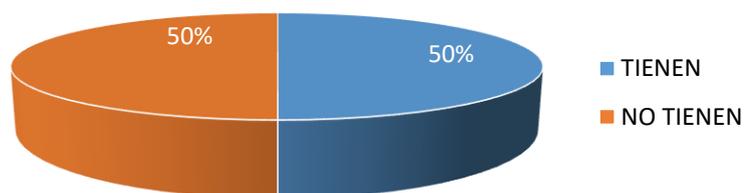


Figura 14. Sensores de Movimiento

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: los sensores de movimiento ayudan a la comodidad y satisfacción del cliente, en detalles como que la luz se encienda al sentir movimiento. Es por esto que casi la mitad de los 28 establecimientos visitados han implementados estos sistemas a diferencia de la otra mitad que no cuentan con ningún sistema de sensores de movimientos que permita mayor confort a sus clientes.

Analizando al establecimiento por áreas se pudo comprobar en los 14 hoteles (7 de 10 de primera y 7 de 18 de segunda categoría) que poseen sensores tienen en corredores y áreas complementarias dejando al último las habitaciones, siendo solo 3 establecimientos como la Hacienda Chorlaví, Ajaví y Cananvalle de primera categoría los que poseen sensores dentro del área de descanso.

Queda demostrado que hace falta invertir en estas estrategias que aunque parezcan insignificantes y no importantes ayudan a los huéspedes a tener una mejor experiencia en sus instalaciones.

Indicador 5: Sistemas de pago electrónico

Tabla 17

Sistemas de pago electrónico

Indicadores	Frecuencia	%
Tarjeta de Crédito	23	82
Dinero Electrónico	1	2
Transferencias Bancarias	17	61

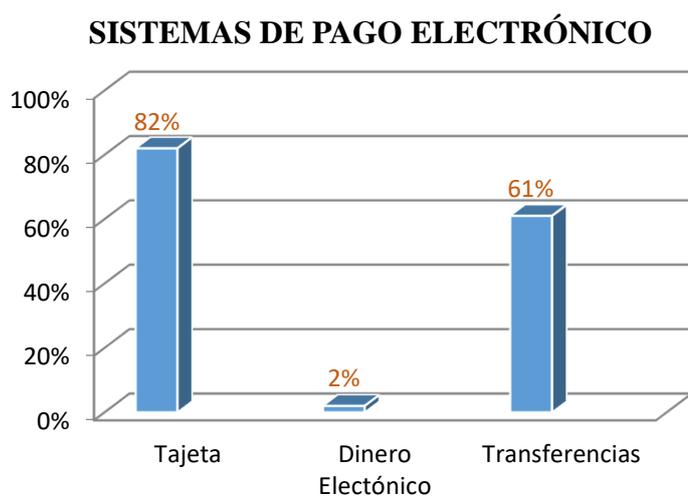


Figura 15. Sistemas de Pago Electrónico

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Las formas de pago electrónico más utilizadas por los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría son las tarjetas de crédito y débito, seguidas de las transferencias bancarias y tan solo 1 establecimiento (Hacienda Chorlaví) tiene la opción de pagos con dinero electrónico.

De los 28 establecimientos utilizados para la investigación El Callejón y Madrid de segunda categoría solo aceptan pagos en efectivo por no tener el dispositivo por donde pasan las tarjetas de crédito o débito, conocido como datafono o terminal bancaria ya que prefieren recibir el dinero en la mano una vez han terminado de brindar el servicio al huésped.

A los establecimientos de segunda categoría les hace falta perder el miedo al cambio y aplicar herramientas tecnológicas más funcionales y prácticas que ayuden al momento de relacionarse establecimiento y cliente.

4.2.1.3. Ficha de registro Nº 3

TIC utilizadas para la promoción y comercialización de los servicios Hoteleros. (Ver Anexos 9.8)

Indicador 1: Correo Electrónico

Tabla 18

Correo Electrónico

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	28	100
No tiene	0	0
TOTAL	28	100

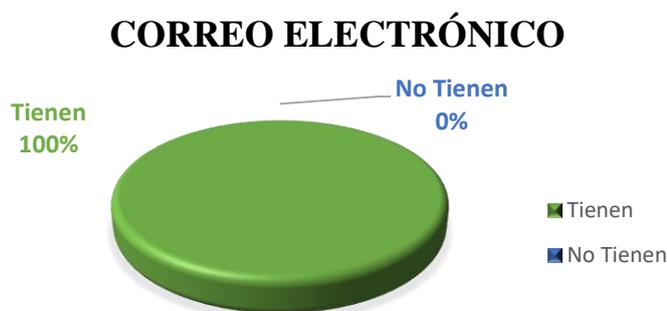


Figura 16. Correo Electrónico

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis El resultado obtenido muestra que el uso del correo electrónico es más difundido y utilizado que otros medios tecnológicos. Es así que el todas las empresas turísticas visitadas de primera y segunda categoría posee una cuenta de correo electrónico habilitada y por ende saben cómo utilizar y aprovechar este recurso para la promoción y adquisición de nuevos clientes para el establecimiento.

Este medio tecnológico lo utilizan para dar información a sus clientes sobre el establecimiento, enviar proformas a sus clientes e intercambiar documentos entre proveedores.

Indicador 2: Redes Sociales

Tabla 19

Redes Sociales

Indicadores	Frecuencia	%
Facebook	21	60
Instagram	2	6
Twitter	5	14
YouTube	12	20
TOTAL		100

REDES SOCIALES

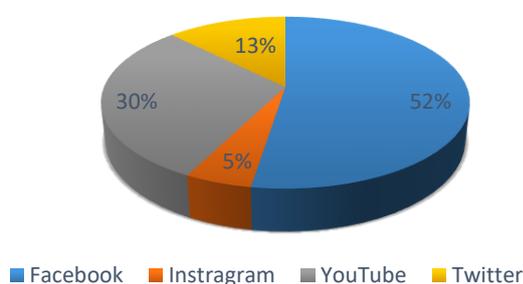


Figura 1. Redes Sociales

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: La red social que más utilizan los establecimientos hoteleros para promocionarse es Facebook, más de la mitad de las empresas la utilizan por ser gratuita y la que mayor acceso tiene por las personas en cualquier parte del mundo, seguido de YouTube donde existen videos de las instalaciones y servicios que prestan. En nuestro medio Instagram y Twitter no son muy utilizadas.

En la investigación de campo se pudo observar que las páginas de Facebook no son actualizadas periódicamente por lo que puede incidir en la pérdida de interés por parte del consumidor. Además no brindan una oportuna respuesta cuando los clientes desean obtener información más detallada de un determinado servicio, también muchas de las redes no tienen una buena promoción ya que no hay suficiente información que ayude a los posibles consumidores a decidirse por su establecimiento.

Indicador 3: Página Web

Tabla 20
Página Web

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	19	68
No tiene	9	32
TOTAL	28	100

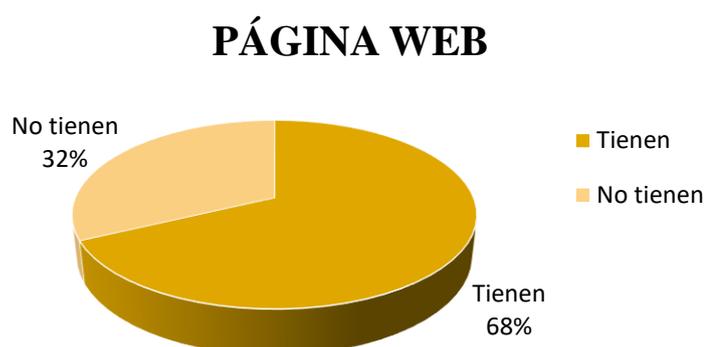


Figura 17. Página Web

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: La mayoría de los establecimientos tienen una página web con características básicas de sus servicios, instalaciones y formas de llegar, siendo un total de 20 centros de alojamiento de 28; los 8 restantes no poseen página web y utilizan más las redes sociales para su difusión y poder llegar a mayores clientes tanto nacionales y extranjeros.

Los establecimientos de primera categoría al estar mayor capacitados y tener más demanda poseen en su gran mayoría (a excepción del Hostal del Rio) una página web donde promocionan sus servicios y permiten realizar reservas en líneas, mientras que solo nueve de 18 establecimientos de segunda categoría cuentan con una página web ya que manifestaron que el costo de realización de esta herramienta digital es muy alta por lo que prefieren promocionarse de forma tradicional y a través de redes sociales en las cuales publicitan sus servicios de forma gratuita y al instante.

La información brindada en cada página web ofrecen dos idiomas como inglés y español, algunas son actualizadas periódicamente con ofertas y servicios de temporada, pero muchas otras especialmente las de segunda categoría no manejan de forma adecuada esta herramienta ya que en algunas hasta los correos que han sido cambiados permanecen tal y como fueron creadas, por lo que se considera que es necesario actualizarlas periódicamente y hacer un buen uso de estas plataformas que ayudan a los clientes a estar más informados sobre los establecimientos sin importar el lugar del cual proceda.

Indicador 4: Portales de Reserva

Tabla 21

Portales de Reserva

Indicadores	Frecuencia	%
Permiten	19	68
No Permiten	9	32
TOTAL	28	100



Figura 18. Portales de Reserva

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Los establecimientos que cuentan con portales de reserva para los clientes son en su mayoría los que tienen página web propia (19 hoteles), la cual conecta directamente con un central de reservas y determina la disponibilidad de las habitaciones. Los mayores motores de reserva a los cuales se encuentran suscritos son Despegar.com, Trivago, Booking.com, Expedia.com y Hoteles.com.

Estos programas de reserva les permiten a los establecimientos que los utilizan almacenar información de los clientes y agilizar el proceso de facturación.

Indicador 5: Geolocalización del Hotel

Tabla 22

Geolocalización del Hotel

Indicadores	Frecuencia	%
Tiene	2	7
No tiene	26	93
TOTAL	28	100

GEOLOCALIZACIÓN DEL HOTEL

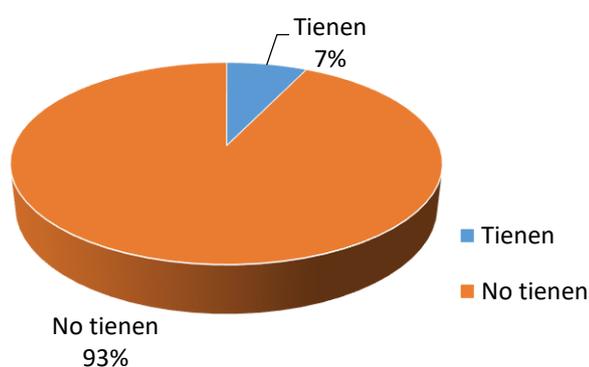


Figura 19. Geolocalización del Hotel

Fuente: Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: en la actualidad los dispositivos móviles poseen aplicaciones que ayudan a determinar la ubicación exacta de un determinado lugar. Esta herramienta es muy útil para localizar los establecimientos hoteleros y facilitar su acceso hacia ellos, se pudo comprobar que de los establecimientos analizados solo unos pocos cuentan con este instrumento digital convirtiéndose en una de las mayores falencias digitales existentes en las empresas hoteleras de la ciudad de Ibarra ya que con la ayuda de la ubicación exacta de los establecimientos en los mapas virtuales los clientes podrían llegar más rápido y fácilmente.

4.2.1.4. Ficha de registro N° 4

Particulares de los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra (Ver Anexo 9.8)

Nombre del Establecimiento: EL PRADO		
<p align="center">MAPA DE UBICACIÓN: Hosteria el Prado</p> 		
Tipo: Hostería	Categoría: Primera	
DATOS GENERALES		
<p>Se encuentra a 5 minutos de Ibarra. Dirección: Panamericana Norte Km 1 1/2 sector El Olivo Teléfono: (593)-62643460 / 2603283 / 2604990 / 2604943 Website: www.hosteria-el-prado.com E-mail: hosteriaelprado@hotmail.com</p>		
<p align="center"><u>Equipamiento de Habitaciones</u></p> <p>Cuenta con 56 habitaciones de lujo, suelos de parqué y un mobiliario en tonos oscuros</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ TV plasma por cable ✓ Baño privado con bañera ✓ Agua caliente ✓ WI-FI 	<p align="center"><u>Servicios</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Restaurante de comida nacional e internacional ✓ Amplios salones para recepciones ✓ Piscinas cubiertas y temperadas ✓ Sauna, turco e Hidromasaje ✓ Sala de masajes ✓ Salón de belleza ✓ Cámaras de bronceado ✓ Canchas deportivas ✓ Internet inalámbrico ✓ Espacios verdes ✓ Hidrotunel ✓ Gimnasio. ✓ Capilla. ✓ Parqueadero privado 	

Nombre del Establecimiento: **DEL RIO**



Tipo: Hostal

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

Con toques de estilo colonial regional y luminosas habitaciones con pisos de madera, se encuentra en una calle tranquila, a pocas cuadras del este del centro.

Dirección: Juan Montalvo 4-55 y Flores

Teléfono: (593) 06 261 1885
098 933 9372

Website: www.facebook.com/Hostal-DEL-RIO

E-mail: jimmyguzman@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Las habitaciones, a las que se accede por una bonita escalera, son cómodas y luminosas, equipadas con:

- ✓ TV cable
- ✓ Algunas disponen de balcón y jacuzzi
- ✓ WIFI.
- ✓ Baño privado con agua caliente

Servicios

- ✓ Cafetería
- ✓ Parqueadero

Nombre del Establecimiento: **IMPERIO DEL SOL**



Tipo: Hotel

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

El Hotel Imperio del Sol ofrece a sus clientes la más variada y exquisita comida nacional e internacional, brindando una estadía placentera en un remanso de paz y comodidad.

Dirección: Autopista Yahuarcocha Km. 9½ Av. José Tobar y Tobar y Gabriel Mistral

Teléfono: (593) 062959795, 06 2580794, 062580796

Website: hotelimperiodelsol.ec - <http://hotelimperiodelsol.ec/>

E-mail: hotel_imperiodelsol@yahoo.es

Equipamiento de Habitaciones

Cuenta con 30 Confortables habitaciones, entre matrimoniales, dobles, triples y suites

- ✓ Baño privado
- ✓ TV cable
- ✓ Plasma
- ✓ Agua caliente
- ✓ WIFI

Servicios

- ✓ Restaurante, con gastronomía local e internacional.
- ✓ Bar – cafetería
- ✓ Discoteca privada
- ✓ Karaoke
- ✓ Siete Salones de banquetes y recepciones de varias capacidades
- ✓ Amplios miradores y jardines
- ✓ Organización de tours por la ciudad y la provincia
- ✓ Cajas de seguridad
- ✓ Parqueadero privado con guardia de seguridad 24 horas
- ✓ Paseos en lancha de Bienvenida
- ✓ Telefónico Internacional
- ✓ Infocus
- ✓ Pantalla Gigante

Nombre del Establecimiento: **DEL PILAR**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

Dirección: Calixto Miranda S-127 y Emilio Grijalva

Teléfono: (593) 06 2609641

Website: No tiene

E-mail: silviaprivag@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Cuenta con habitaciones dobles, triples y familiares
- ✓ Baños Privados con agua caliente

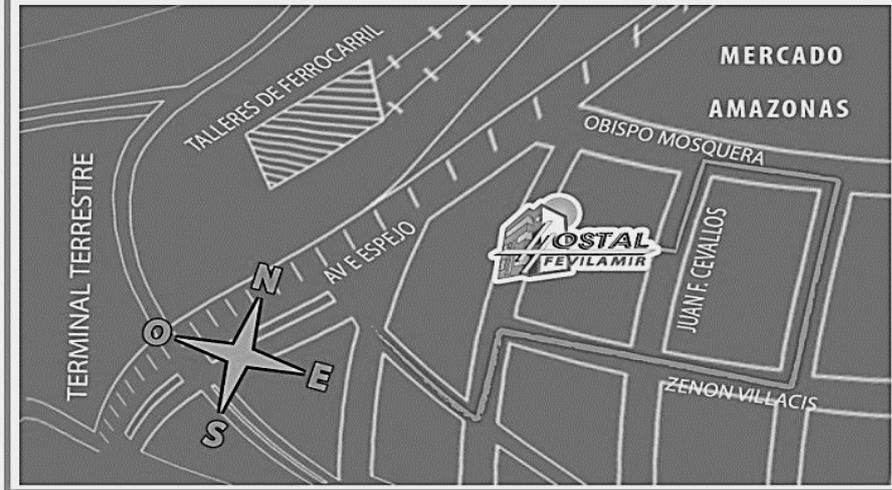
Servicios

- ✓ Wi-Fi

Nombre del Establecimiento: **FEVILAMAR**



MAPA DE UBICACIÓN: Hostal Fevilamar



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

En el Hostal Fevilamar, tiene una total dedicación a los clientes, existe un ambiente casero y agradable que le hará sentir como un miembro más de una gran familia. Su estancia en nuestra casa será una experiencia difícil de olvidar, que en todo momento le hará sentirse como si estuviera en su hogar pero con la diferencia de no tener que preocuparse de nada.

Dirección: Calle Juan Francisco Cevallos 1-53 y Obispo Mosquera

Teléfono: (593) 06 2612402

Website: www.hostal.fevilamar.com

E-mail: hostal@fevilamar.com

Equipamiento de Habitaciones

- Habitación Matrimonial, Habitación Doble triple, Cuádruple, Suite Con Terraza Privada ,Suite, Suite Con sala privada
- ✓ Baños privados con agua caliente
- ✓ TV Satelital LCD
- ✓ Acceso a terraza Privada (Solo Suite)
- ✓ Teléfono
- ✓ Sistema anti-incendio
- ✓ Ropa de cama y toallas
- ✓ Terraza Privada (Previa Reserva)

Servicios

- ✓ Dispone de:
- ✓ Desayunos, Almuerzo y Cena
- ✓ Transporte
- ✓ Servicio de lavandería
- ✓ Internet Inalámbrico Gratuito (Wi-Fi)
- ✓ Bar - Cafetería – Restaurant

Nombre del Establecimiento: **AJAVÍ**



Tipo: Hotel

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

Tiene una superficie de 9.000 m² con capacidad para 134 personas distribuidas en 60 habitaciones confortables.

Dirección: Av. Mariano Acosta 16-38

Teléfono: (593) 06 2955-555; 2955-221; 2955-787

Website: www.hotelajavi.com

E-mail: hotelajavi@andinanet.net
h-ajavi@andinanet.net
reservas@hotelajavi.com
info@hotelajavi.com

Equipamiento de Habitaciones

- Posee habitaciones matrimoniales, dobles, triples, cuádruple y suites de lujo
- ✓ Cama de dos plazas
- ✓ Colchón semi-ortopédico
- ✓ Televisión Led
- ✓ TV cable
- ✓ Teléfono con discado directo nacional e internacional
- ✓ Caja fuerte
- ✓ Servicio de internet WIFI.
- ✓ Agua purificada en la habitación.

Servicios

- ✓ restaurante
- ✓ bar
- ✓ casino
- ✓ cafetería
- ✓ sauna
- ✓ turco
- ✓ jacuzzi
- ✓ piscina temperada
- ✓ área de salones de eventos
- ✓ servicio de Catering

Nombre del Establecimiento: **PALMA REAL**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Dirección: Av. Mariano Acosta 16-59

Teléfono: (593) 06 22642416

Website: www.facebook.com/hostal.palmareal.1

E-mail: mabeslo@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Baños privados con agua caliente
- ✓ Habitación Matrimonial, Doble triple con TVCable

Servicios

- ✓ Parqueadero
- ✓ Wi Fi
- ✓ Cafetería

Nombre del Establecimiento: **PARAJE EL ENSUEÑO**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Solo los mejores momentos.... Ambiente íntimo para gente exclusiva como usted.

Dirección: Hernán González de Saá 22-39 vía Yuyucocha

Teléfono: (593) 06 2650581 - 0999202666 - 0992748552 - 062650632

Website: No tiene

E-mail: jpaz82@gmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Habitaciones sencillas
- ✓ Suites temáticas
- ✓ Habitaciones con hidromasajes
- ✓ Baño privado
- ✓ TV cable
- ✓ Agua caliente

Servicios

- ✓ Recepciones
- ✓ Cumpleaños
- ✓ Cenas románticas
- ✓ Bar y restaurante 24 horas al día
- ✓ Parqueadero privado

Nombre del Establecimiento: **SUEÑO REAL**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Cuenta con 60 habitaciones a un valor muy accesible, ofrece sencillas, dobles, triples

Dirección: Av. Víctor Manuel Guzmán 1-06 Y Juan León Mera

Teléfono: (593) 06 26643980

Website: www.facebook.com/pages/Hotel-Sue%C3%B1o-Real/257118610995667?fref=ts

E-mail: hergud@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Habitaciones sencillas, dobles, triples
- ✓ Baño privado
- ✓ TV cable
- ✓ Agua caliente

Servicios

- ✓ Lavandería
- ✓ Estacionamiento Privado
- ✓ Wi-Fi
- ✓ Restaurante
- ✓ Cafetería

Nombre del Establecimiento: **EL PORTAL**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

El Hostal está situado en pleno corazón de la Ciudad de Ibarra, a tres cuadras de los parques centrales. Le ofrecemos un espacio para su descanso, nuestra ubicación está muy privilegiada tiene a su paso todos los servicios Bancarios, Agencias de Viaje, comidas típicas, helados de paila, parques, iglesias, etc.

Dirección: Simón Bolívar 9-75 y Colón

Teléfono: (593) 06260-9595

Website: www.hostalelportal.com.ec

E-mail: hostal.elportal2011@gmail.com

Equipamiento de Habitaciones

El Hostal dispone de 24 habitaciones: de Tipo: Simples, Dobles, Triples.

Cada habitación cuenta con:

- ✓ Mesa con silla
- ✓ Mesa/s de noche
- ✓ Lámpara de cama
- ✓ Baño privado con agua caliente
- ✓ Teléfono
- ✓ TV. Cable
- ✓ Internet

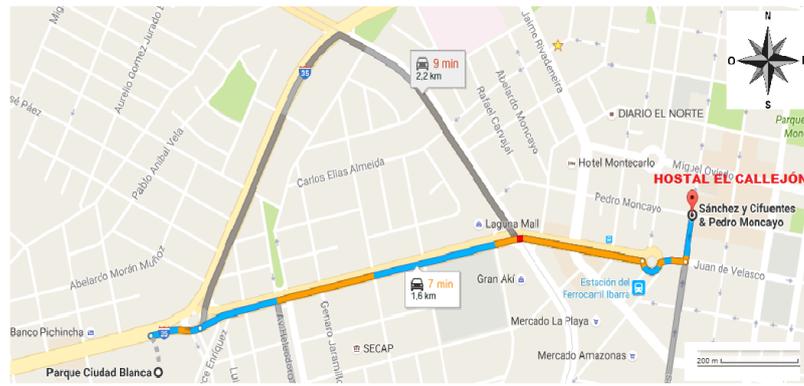
Servicios

- ✓ Garaje
- ✓ Zona Wi-Fi

Nombre del Establecimiento: **EL CALLEJÓN**



MAPA DE UBICACIÓN: Hostal el Callejón



Tipo: Hostal- Residencia

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Está ubicado en un entorno paradisíaco, rodeado de montañas, campos, y lagunas de ensueño en la ciudad de Ibarra. El hostel EL CALLEJON se encuentra en un entorno urbano accesible a los núcleos principales de la ciudad

Dirección: Pedro Moncayo 7-38 y Sánchez Cifuentes

Teléfono: 062611577- 062607786 -0998874802

Website: www.hotelmadridyhostalelcallejon.amawebs.com

E-mail: chriss_p19hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Un descanso en el corazón de Ibarra con 20 elegantes habitaciones
- ✓ Baño privado/agua caliente
- ✓ Teléfono y tv cable
- ✓ Internet inalámbrico

Servicios

- ✓ Restaurante
- ✓ Garaje
- ✓ Ascensor

Nombre del Establecimiento: **PLAZA VICTORIA**



Tipo: Hostal- Residencia

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

Es el único alojamiento que acepta mascotas en Ibarra. TV, reproductor de DVD, así como un reproductor de CD. Algunas habitaciones tienen una zona de estar para relajarse después de un día ajetreado.

Dirección: Simón Bolívar 12-101 Y Obispo Mosquera

Teléfono: (593) 062600887, 0625001500

Cel. Hotel: 081363510

Website: www.hotelplazavictoria.com.ec

E-mail: plaza.victoria@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Habitaciones confortables con camas de tres plazas, 2 mini suites de lujo
- ✓ Artículos de aseo gratuitos
- ✓ Reproductor de DVD
- ✓ Armario
- ✓ Mini bar
- ✓ Terraza
- ✓ Reproductor de CD
- ✓ Sofá
- ✓ Teléfono
- ✓ Escritorio
- ✓ Baño privado con ducha
- ✓ Servicio de despertador
- ✓ Tv. 60 canales
- ✓ Teléfono de discado directo

Servicios

- ✓ Cafetería
- ✓ Restaurante parrilladas "La herencia"
- ✓ Wireless
- ✓ Gimnasio

Nombre del Establecimiento: **LAGUNA**



Tipo: Hostal- Residencia

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Dirección: Av. Mariano Acosta # 12-17

Teléfono: (593) 06 2955394

Website: No tiene

E-mail: onagel@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Cuenta con habitaciones simples, dobles y triples

Servicios

- ✓ Cafetería
- ✓ Wi-Fi

Nombre del Establecimiento: **SAN FERNANDO PLAZA**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Dirección: Velasco 7-46 y Olmedo

Teléfono: (593) 06 2 950183

Website: No tiene

E-mail: No tiene

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Cuenta con habitaciones simples, dobles y triples

Servicios

- ✓ Parqueadero
- ✓ Servicio de Alimentación
- ✓ Wi-Fi

Nombre del Establecimiento: **CANANVALLE**



MAPA DE UBICACIÓN: HOSTERÍA CANANVALLE



Tipo: Hostería

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

La **Hostería Cananvalle** está ubicada a 10 minutos de Ibarra, a una altura de 2.192 m.s.n.m. goza de una temperatura que oscila entre 10 a 27°C., comprende una extensión de 5 hectáreas dedicadas al agro-turismo. Desde esta finca se puede observar el cañón del Río Choralvi y los volcanes Imbabura y Cotacachi, además parte de la línea férrea Ibarra-Salinas.

Dirección: Sector Cananvalle a 500mts. Pensionado Atahualpa

Teléfono: (593) 098-260-9132 o 098-210-9615

Website: www.hosteria-cananvalle.com

E-mail: hosteriacananvalle@gmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Nuestras habitaciones cuentan cada una con baño privado, están diseñados para proporcionar un relajante, base informal, tranquilo para su estancia en Imbabura, provincia de los lagos. Esta es una opción ideal para aquellos que buscan un hotel acogedor para los niños ya que, como hay un montón de espacio para correr, senderismo, y explorar, para aquellos que buscan un alojamiento de escritores de viajes, para los que la toma de decisiones de turismo responsable.

Servicios

- ✓ Cabañas
- ✓ Áreas Deportivas y juegos de mesa
- ✓ Observación de aves
- ✓ Senderos
- ✓ Excursiones
- ✓ Plantas Medicinales y Frutales
- ✓ Gastronomía
- ✓ Recepciones

Nombre del Establecimiento: **CHORLAVI**



Tipo: Hostería

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

Antiguamente Chorlaví se componía de 150 has., actualmente tiene 5 has pertenecientes a la Familia Tobar. Su gran patio central tiene una hermosa pileta de piedra y de marco, corredores con piso, pilares, ventanales y balcones de madera, usualmente comedores exteriores; habitaciones familiares, iglesia, salones comedores, interiores y cocina.

Dirección: Panamericana Sur km. 4

Teléfono: (593) 062 932222

Website: www.haciendachorlavi.com

E-mail: ventas@haciendachorlavi.com

Equipamiento de Habitaciones

- ✓ Actualmente posee 54 habitaciones, cuenta con habitaciones no fumadores, adaptado personas de movilidad reducida, Habitaciones familiares
- ✓ Registro de entrada y salida exprés
- ✓ Conexión a internet Wi-Fi disponible en todo el establecimiento.

Servicios

- ✓ Servicio a la habitación
- ✓ Recepción 24 horas
- ✓ Prensa
- ✓ salones de conferencia
- ✓ canchas de tenis, squash, vóley, fútbol
- ✓ Jardín y Terraza
- ✓ Caja fuerte
- ✓ Capilla
- ✓ piscinas, , sauna e hidromasaje
- ✓ Guarda equipaje
- ✓ **Parqueadero**
- ✓ Zona de fumadores
- ✓ Restaurante (a la carta)

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: **LA ESTELITA**



Tipo: Hostería

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

Nuestra empresa ofrece servicio de Alojamiento y Restaurante de Gastronomía Internacional, ubicado a 3000 m.s.n.m. ofrece uno de los mejores miradores del Ecuador, con un paisaje andino.

Dirección: Vía Yuracucito KM.5

Teléfono: (593) 098116058 - 093768394

Website: www.laestelitahosteria.com

E-mail: la.estelita@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Habitaciones totalmente equipadas de acuerdo a los requerimientos de cada cliente, cuentan cada una con baño privado

En La Estelita hemos creado un lugar donde se puede experimentar la verdadera relajación en las bellas montañas ecuatorianas. Las habitaciones del hotel, salas de estar, y espacios al aire libre animan buena conversación, acurrucarse en un cómodo sofá con un buen libro, o simplemente disfrutar de la chimenea en la noche o la brisa fresca de la tarde.

Servicios

- ✓ Tenemos servicios de tours a lugares naturales y urbanos
- ✓ piscina panorámica
- ✓ sauna
- ✓ canchas deportivas
- ✓ senderos y miradores.
- ✓ pantalla Infocus
- ✓ Rota folios / pizarra
- ✓ Mesas y sillas
- ✓ Wi - Fi en la zona de restaurantes

Nombre del Establecimiento: **LA GIRALDA**



Tipo: Hotel

Categoría: Primera

DATOS GENERALES

Hotel "La Giralda" es una empresa encaminada a brindar servicios de la mejor calidad basándose en recursos humanos jóvenes con experiencia académica y profesional, para ofrecer a los huéspedes una estadía placentera y re confortable.

Dirección: Av. Atahualpa y Juan Francisco Bonilla esquina

Teléfono: (593) (06) 2640147 - (06) 2641749 - (06) 2956002
0993636948

Website: www.hotelgiralda.com

E-mail: reservaciones@hotelgiralda.com

Equipamiento de Habitaciones

Cuenta con 30 confortables habitaciones y 2 lujosas suites entre sencillas, dobles, triples y familiares cada una de ellas cuenta con televisores LCD 32" con cable satelital, conexión a internet WI-FI, secador de cabello y camas espaciaosas, además cuenta con vidrios duplos para disminución de ruido y un mejor descanso.

Servicios

- ✓ Servicio a la habitación
- ✓ Área de recreación y deporte: tenis, básquet, natación, gimnasio y los servicios de sauna, turco, hidromasaje.
- ✓ Servicio de taxi
- ✓ Parqueadero
- ✓ Servicio de lavandería
- ✓ Servicio de seguridad
- ✓ Sala de Eventos Acrópolis (capacidad 1000 personas)

Nombre del Establecimiento: **MADRID**



Tipo: Hostal

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

La Hostal MADRID ubicada Diagonal al Banco del Pacífico en pleno centro de la ciudad de Ibarra cuenta con 48 cómodas y elegantes habitaciones con baño privado, agua caliente, teléfono, TV Cable.

Dirección Olmedo 8-69 y Pedro Moncayo: Olmedo 8-69 y Pedro Moncayo

Teléfono (593) 062644918 / 062643110 - 0992022981

E-mail: cevalloscedeño@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Habitaciones con baño privado, agua caliente, teléfono, TV Cable.

Servicios

- ✓ Garaje cubierto
- ✓ Zona WIFI

Nombre del Establecimiento: **ROYAL RUIZ**



Tipo: Hotel

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Se encuentra localizado en el corazón de la Ciudad Blanca de Ibarra, muy cercano a las principales zonas financieras, empresariales, comerciales, turísticas y entidades públicas.

Dirección: Olmedo 9-40 y Pedro Moncayo

Teléfono: (593) 062644653 / 0993715567

Website: www.royalruiz.hlsecuador.com

E-mail: h.royalruiz@yahoo.es

Equipamiento de Habitaciones

Tiene confortables habitaciones con baño privado. Incluye artículos de aseo personal.

Servicios

- ✓ Salón de eventos con capacidad 180 personas.
- ✓ TV LED por cable
- ✓ Parqueadero gratuito
- ✓ Internet inalámbrico ilimitado gratuito
- ✓ Caja Fuerte en recepción
- ✓ Estación permanente de bebidas calientes gratuita.
- ✓ Servicio de Lavandería y Parqueadero

Nombre del Establecimiento: **TURISMO INTERNACIONAL**



Tipo: Hotel

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Hotel Turismo Internacional está ubicado en el centro norte de Ibarra, es una empresa de servicios dedicada principalmente a satisfacer las necesidades de los clientes

Dirección: Juan Hernández y Rafael Troya

Teléfono: (593)062952814 / 062956331

-Telefax: 062956413

Website: www.hotelturismo.com.ec

E-mail: hturismo0@hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Cuenta con habitaciones; individuales, dobles, triples, cuádruples y quintuples cada una de ellas equipada con TV cable, agua caliente, baño privado, y wi-fi. Además dos suites con jacuzzi, familiar y matrimonial.

Servicios

- ✓ Piscina , sauna, turco e hidromasaje
- ✓ Parqueadero vigilado
- ✓ Cancha sintética
- ✓ Internet Wi-fi
- ✓ 5 Salón de recepciones, eventos y seminarios.
- ✓ "Chikimundo" centro de fiestas infantiles

Nombre del Establecimiento: **MONTECARLO**



Tipo: Hotel

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Ubicado en el corazón comercial de la Ciudad de Ibarra en la a dos cuerdas del Coliseo Luis Leoro Franco. Cerca de las principales áreas comerciales y de entretenimientos más importantes de la Ciudad. El Hotel Montecarlo, en sus cuatro pisos, ofrece a sus huéspedes un servicio incomparable, donde su estilo y confort se combinan con la calidez de una atención personalizada.

Dirección: Av. Jaime Rivadeneira 5-55 y Oviedo

Teléfono: (593) 06 2958 182 - 2958 266

Website: :www.hotelmontecarloibarra.ec

E-mail: montecarlohotel@gmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Sus 35 habitaciones, entre sencillas, dobles, triples, cuádruples y Suites, están equipadas con TV por cable, acceso Wi-Fi, teléfono, baño privado, agua caliente y Servicio a la habitación.

Servicios

- ✓ Recepción 24 horas
- ✓ Estacionamiento privado
- ✓ Internet Wi-Fi gratuito
- ✓ Restaurante
- ✓ Piscina cubierta y temperada
- ✓ Sauna • Turco • Hidromasajes
- ✓ Tours y transfer
- ✓ Depósito de equipaje
- ✓ Lavandería

Nombre del Establecimiento: **NUEVA ESTANCIA**



Tipo: Hotel

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

El Hotel NUEVA ESTANCIA se encuentra ubicado frente a la Iglesia La Merced. Brinda óptimos servicios de alojamiento y alimentación a los mejores costos del mercado, aprovechando las ventajas competitivas como su localización en el eje administrativo, comercial y turístico de la ciudad de Ibarra. Además el personal está dedicado a ofrecerle el mejor servicio durante su estadía las 24 horas, 7 días, 365 días del año.

Dirección: García Moreno 7-58 y Sánchez y Cifuentes

Teléfono: (593) (06) 2-951-444 (06) 2-605-556

Website: hotelnuevaestancia.weebly.com

E-mail: nuevaestancia@andinanet.net

Equipamiento de Habitaciones

Cuenta con habitaciones sencillas, dobles, triples, cuádruples y Suites equipadas con baño privado, agua caliente, teléfono en cada cuarto, productos de aseo personal

Servicios

- ✓ Restaurante (desayuno incluido en el hospedaje)
- ✓ Televisión con cable
- ✓ Internet gratuito
- ✓ Caja de Seguridad
- ✓ Amplio parqueadero vigilado dentro del hotel
- ✓ Salón de Conferencias (con cita) para 60 personas

Nombre del Establecimiento: **SIERRA NORTE**



Tipo: Hotel

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Cuenta con habitaciones de lujo, tv, teléfono, agua caliente, siempre trabajando para que el cliente se sienta bien.

Dirección: Av. Mariano Acosta y Manuela Cañizares

Teléfono: (593) 06 2 632436 062 630706

Celular: 096410758 / 089370226

Website: www.hotel-sierra-norte.4t.com

E-mail: edisonlopezsa@gmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Cuenta con habitaciones sencillas, dobles, triples y de lujos equipados con teléfono, baño privado, agua caliente, Tv cable, Wi-fi y el hospedaje incluye desayuno.

Servicios

- ✓ Internet inalámbrico
- ✓ Servicio de bar-restaurant
- ✓ Sala de convenciones
- ✓ Piscina, sauna, turco, hidromasaje
- ✓ Parqueadero privado
- ✓ Servicio de tours y guía por la provincia

Nombre del Establecimiento: **COLOMBIA CONFORT**



Tipo: Hotel

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

El Hotel Colombia Confort #2 se encuentra ubicado en la Av. Jaime Rivadeneira 2-22 y Elías Almeida a unos cuantos pasos del coliseo Luis Leoro Franco

Dirección: Av. Jaime Rivadeneira 2-22 y Elías Almeida

Teléfono: (593) 06 2604058 - 06 2933133 - 06 2551051

E-mail: hotelcolombia5hotmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Posee habitaciones individuales, dobles, triples y cuádruples a precios muy accesibles con conexión Wi-fi gratuita, las habitaciones están equipadas con TV y baño privado.

Servicios

- ✓ Restaurante
- ✓ Recepción 24 horas
- ✓ Discoteca
- ✓ Aparcamiento privado gratuito

Nombre del Establecimiento: **RANCHO DE CAROLINA**



Tipo: Hostería

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Hospedarse en El Rancho de Carolina es volver a vivir parte de nuestro pasado, gracias a su estilo colonial, reflejado en detalles constructivos autóctonos, rodeado de áreas verdes y hermosos jardines que invitan al descanso y disfrute de la naturaleza, acompañados de una piscina para relajarse luego de un día arduo de trabajo o simplemente por el gusto de tratarse bien a uno mismo.

Dirección: Yahuarcocha / Panamericana Sur, Km. 4.

Teléfono: (593)(06) 2932444, 2933113, 2932215, 2933112
0980484541, 0995653501

Website: www.ranchodecarolina.com

E-mail: gerencia@ranchodecarolina.com

Servicios

Equipamiento de Habitaciones

Cuenta con habitaciones sencillas, dobles, triples, cuádruples y Suites equipadas con baño privado, agua caliente.

- ✓ Restaurante presenta una variedad de platos nacionales e internacionales
- ✓ Piscina
- ✓ Bar-cafetería
- ✓ Para quienes buscan más aventura está el servicio "DEL RANCHO TRACK" con caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta, que lo invitan a disfrutar de la mejor medicina del siglo XXI, que es el ejercicio.

Nombre del Establecimiento: **QUINTA SAN MIGUEL**



Tipo: Hostería

Categoría: Segunda

DATOS GENERALES

Es un lugar ideal y acogedor para realizar todo tipo de eventos. Está ubicada en el Pueblo de Yahuarcocha, detrás de la iglesia. La Hostería Quinta San Miguel es una empresa dispuesta a brindar servicios de calidad con instalaciones en perfecto estado.

Dirección: PueblodeYahuarcocha Km. 4.

Teléfono: (593) 06 2577103 / 06 2772270
0992406161 / 0992445261

Website: www.quintasanmiguel.ec

E-mail: quintasanmiguel2012@gmail.com

Equipamiento de Habitaciones

Ofrecen habitaciones familiares como sencillas y matrimoniales, en un ambiente alejado del ruido y la contaminación, en medio de jardines y mucho espacio verde, cada una equipada con DIRECTV, baño privado, agua caliente

Servicios

- ✓ Utilización de amplios jardines con juegos para niños.
- ✓ instalación de carpas.
- ✓ Espacio diseñado para la estación de catering.
- ✓ 3 salones para eventos.
- ✓ Restaurante
- ✓ Piscina cubierta temperada: Sauna, Turco, Hidromasaje
- ✓ Parqueadero amplio privado

Tabla 23 Establecimientos de Hospedaje de la ciudad de Ibarra

Establecimientos de Hospedaje de Primera Y Segunda Categoría de la Ciudad De Ibarra 2015					
CATEG.	ESTABLECIMIENTO	WEBSITE	CORREO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1. ^a	Del Río	www.facebook.com/Hostal-DEL-RIO	jimmyguzman@hotmail.com	Juan Montalvo 4-55 Y Flores	062611885
1. ^a	Imperio del Sol	hotelimperiodelsol.ec	hotel_imperiodelsol@yahoo.es	Autopista Yahuarcocha km. 9 1/2	062959795
2. ^a	Fevilamir	www.hostal.fevilamir.com	hostal@fevilamir.com	Juan Francisco Cevallos 1-53 y obispo Mosquera	06261242
2. ^a	Palma Real	www.facebook.com/hostal.palmareal.1	mabeslo@hotmail.com	Av. Mariano Acosta 16-59	062642416
2. ^a	Paraje el Ensueño	No tiene	jpaz82@gmail.com	Hernán González de Saá 22-39 vía Yuyucocha	062650581
2. ^a	El Portal	www.hostalelportal.com.ec	hostal.elportal2011@gmail.com	Simón Bolívar 9-75 y Colón	062609595
2. ^a	Sueño Real	www.facebook.com/pages/Hotel-Sue%C3%B1o-Real/257118610995667?fref=ts	hergud@hotmail.com	Av. Víctor Manuel Guzmán 1-06 Y Juan León Mera	062643980
2. ^a	Plaza Victoria	www.hotelplazavictoria.com.ec	plaza.victoria@hotmail.com	Simón Bolívar 12-101 Y Obispo Mosquera	062600887
2. ^a	El Callejón	www.hotelmadridyhostalcallejón.amawebs.com	chriss_p19hotmail.com	Pedro Moncayo 7-38 y Sánchez Cifuentes	062611577
2. ^a	Laguna	No tiene	onagel@hotmail.com	Av. Mariano Acosta # 12-17	062955394
2. ^a	San Fernando plaza	No tiene	No tiene	Velasco 7-46 y Olmedo	06 950183
1. ^a	Cananvalle	www.hosteria-cananvalle.com	www.hosteria-cananvalle.com	Sector Cananvalle a 500 mts. Pensionado Atahualpa	098260912
1. ^a	Chorlaví	www.haciendachorlavi.com	ventas@haciendachorlavi.com	Panamericana Sur km. 4	062932222
1. ^a	La Estelita	www.laestelitahosteria.com	la.estelita@hotmail.com	Vía a Yuracucito KM. 5	098116058
1. ^a	El Prado	www.hosteria-el-prado.com	hosteriaelprado@hotmail.com	Panamericana Norte Km 1 1/ El Olivo	062643460
1. ^a	San Andrés	www.san-andres.com.ec	info@san-andres.com.ec	13 de Abril 17-54 y Esmeraldas	062546528
2. ^a	Quinta San Miguel	www.quintasanmiguel.ec	quintasanmiguel2012@gmail.com	Pueblo de Yahuarcocha Km. 4.	062577103
2. ^a	El Rancho de Carolina	www.ranchodecarolina.com	gerencia@ranchodecarolina.com	Yahuarcocha / Panamericana Sur, Km. 4.	062932444
1. ^a	Ajaví	www.hotelajavi.com	hotelajavi@andinanet.net	Av. Mariano Acosta 16-38	062955555
1. ^a	La Giralda	www.hotelgiralda.com	reservaciones@hotelgiralda.com	Av. Atahualpa y Juan Francisco Bonilla	062640147
2. ^a	Confort Colombia	No tiene	hotelcolombia5hotmail.com	Jaime Rivadeneira 2-22 y Elías Almeida	062604058
2. ^a	Del Pilar	No tiene	silviaprivag@hotmail.com	Calixto Miranda S-127 y Emilio Grijalva	062612402
2. ^a	Montecarlo	www.hotelmontecarloibarra.ec	montecarlohotel@gmail.com	Av. Jaime Rivadeneira 5-55 y Oviedo	062958182
2. ^a	Nueva Estancia	hotelnuevaestancia.weebly.com	nuevaestancia@andinanet.net	García Moreno 7-58 y Sánchez Cifuentes	062951444
2. ^a	Sierra Norte	www.hotel-sierra-norte.4t.com	edisonlopezsa@gmail.com	Av. Mariano Acosta y Manuela Cañizares	062632436
2. ^a	Turismo Internacional	www.hotelturismo.com.ec	hturismo0@hotmail.com	Juan Hernández y Rafael Troya	062952814
2. ^a	Royal Ruíz	www.royalruiz.hlsecuador.com	h.royalruiz@yahoo.es	Olmedo 9-40 y Pedro Moncayo	062644653
2. ^a	Madrid # 1	No tiene	cevalloscedeno@hotmail.com	Olmedo 8-69 y Pedro Moncayo	062643110

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora, 2015

4.2.2. Análisis de la Encuesta.

Encuesta dirigida a los clientes nacionales y extranjeros que visitan los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra

1.- Datos Informativos

Pregunta 1.1: Nivel de Educación

Tabla 24

Nivel de Educación

Indicador	Frecuencia	%
Primaria	--	--
Secundaria	25	12%
Superior	105	65%
Posgrado	70	35%
TOTAL	200	100%

NIVEL DE EDUCACIÓN

■ Primaria ■ Secundaria ■ Superior ■ Posgrado

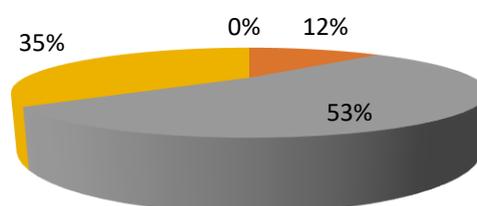


Figura 20. Nivel de Educación

Fuente: Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: un poco más de la mitad de usuarios que acuden a los establecimientos hoteleros de la ciudad de Ibarra poseen título de tercer nivel denotando que los clientes que visitan son profesionales con mayor capacidad comprensiva al hacer uso de las tecnologías, por lo que pueden determinar de mejor forma si las TIC ayudan a mejorar el servicio que brindan los establecimientos hoteleros.

2.- TIC usadas por el Encuestado

Pregunta 2.1: ¿Qué equipo utiliza habitualmente para conectarse a la red?
Elija una opción.

Tabla 25

Equipos tecnológicos

Indicadores	Frecuenci	%
Smartphone	141	70%
Computadora portátil	29	12%
Computador de Escritorio	5	3%
Tablet, ipad o similares	25	15%
TOTAL	200	100

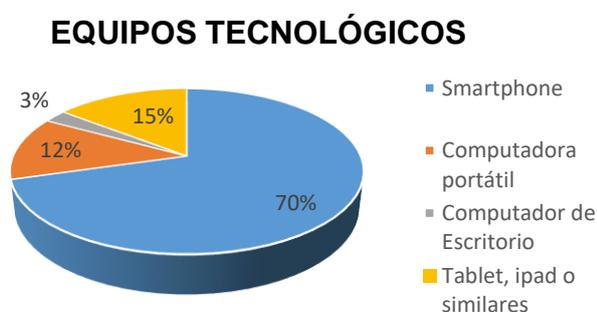


Figura 21. Equipos Tecnológicos más usados por los clientes

Fuente: Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: En relación a que equipo tecnológico usan más se conoció que la mayoría usan los Smartphone debido a su menor tamaño y peso ya que les brindan similitud de características que una computadora con la ventaja de ser más ligeras y de fácil traslado; mientras que las computadoras de escritorio han quedado atrás y las utilizan muy poco ya que son muy grandes, ocupan mucho espacio y nos son de fácil movilidad.

Aquí se observa claramente que los usuarios de los establecimientos hoteleros prefieren usar herramientas tecnológicas móviles de fácil manejo a diferencia de los establecimientos hoteleros que en su mayoría manejan ordenadores de escritorio conectados a cables poniendo en evidencia la falencia que existe en la implementación de estas herramientas.

Pregunta 2.2: ¿Es fundamental para usted que la empresa tenga Internet inalámbrico?

Tabla 26 /
Internet Inalámbrico en el Hotel

Indicador	Frecuencia	%
Si	189	65%
No	11	35%
TOTAL	200	100%

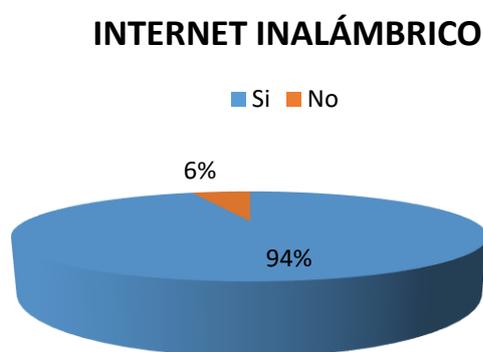


Figura 22. Internet inalámbrico en el Hotel

Fuente Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: casi la totalidad de los usuarios encuestados consideran importante tener Internet en cualquier área del establecimiento Hotelero ya que vienen por negocios y necesitan estar conectados a la red, Los clientes que contestaron que no es relevante tener INTERNET se debe a que acuden a estos establecimientos para alejarse del bullicio de la ciudad que viven a diario en sus ciudades de origen.

De esta forma se evidencia que vivimos en una era digital donde la tecnología ha roto las barreras de la distancia y tiempo en cuanto a comunicación, el ser humano actual necesita estar bien informado las 24 horas del día sin importar el lugar en el que se encuentre por lo que los establecimientos hoteleros pueden usar esta herramienta como una ventaja para atraer más clientes.

Pregunta 2.3: ¿Cómo conoció de la existencia del establecimiento en el cual está hospedado?

Tabla 27

Existencia del establecimiento en el cual se Hospeda

Indicadores	Frecuencia	%
Recomendación de familiar o amigo	63	31%
Buscador en la Web	35	17%
Oficina de turismo	4	2%
Web de viajes	5	3%
Web propia del alojamiento	39	20%
Web de Ge localización (Google Maps)	14	7%
Redes sociales (Facebook, Twitter?)	40	20%
TOTAL	200	100

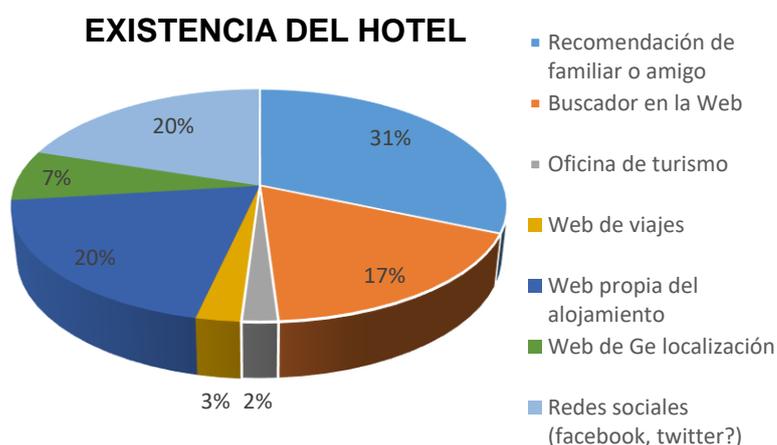


Figura 23. Existencia del establecimiento en el cual está Hospedado

Fuente: Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: la tercera parte de clientes encuestados llegaron a los establecimientos hoteleros por algún amigo, grupo del trabajo o por recomendación, seguido de los que se informaron a través de páginas web o redes sociales; tan solo una mínima cantidad de clientes llegaron a través de información brindada por la oficina de Turismo reflejando el cambio que deben hacer las empresas hoteleras en cuanto a los medios que usa para comunicarse con sus clientes y la importancia de usar las TIC para mejorar la información que brindan a sus clientes.

Pregunta 2.4: ¿De qué manera prefiere confirmar la reserva de una habitación? Seleccione una opción.

Tabla 28

Confirmación de Alojamiento

Indicador	Frecuencia	%
Vía web	45	22%
Correo	37	19%
Telefónicamente	118	59%
TOTAL	200	100%

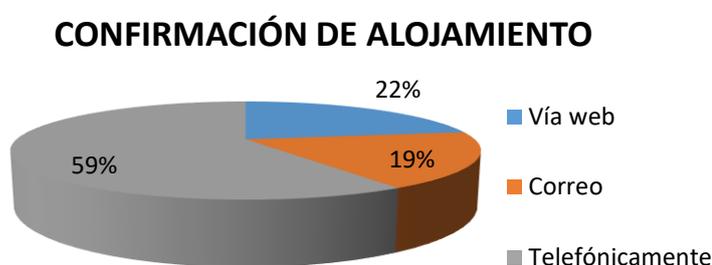


Figura 24. Confirmación de Alojamiento

Fuente: Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

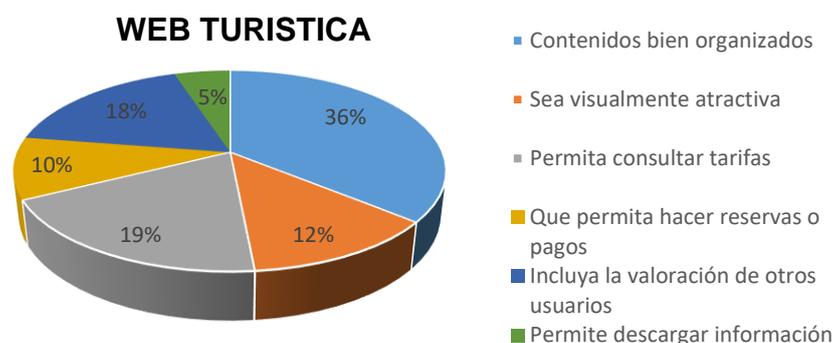
Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Más de la mitad de los clientes encuestados aseguraron que prefieren llamar a confirmar su reservación para mayor seguridad a fin de que no se generen inconvenientes el día de su llegada, los pocos establecimientos en los que usan portales de reserva usan este medio como forma de confirmación ya que incluso el pago lo hacen digitalmente. Cuando son grupos de trabajo de instituciones públicas y privadas usan el correo para poder tener un respaldo que les sirve en la presentación de sus informes.

Pregunta 2.5: Según su criterio ¿qué considera más importante en una web turística? Seleccione una opción.

Tabla 29*Importancia de la Web Turística*

Indicadores	Frecuencia	%
Contenidos bien organizados	72	36%
Sea visualmente atractiva	25	12%
Permita consultar tarifas	38	19%
Que permita hacer reservas o pagos	20	10%
Incluya la valoración de otros usuarios	35	18%
Permite descargar información	10	5%
TOTAL	200	100

**Figura 25.** Importancia de la Web Turística**Fuente:** Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra**Elaborado por:** La Autora, 2015

Análisis: Los clientes consideran que es de suma importancia que los establecimientos Hoteleros posean una página web, lo que más les interesa es que sus contenidos estén bien organizados y su información sea actualizada en las cuales puedan consultar tarifas y sea visualmente atractiva teniendo imágenes de los servicios ofertados y puedan hacer reservas de forma inmediata y rápida. Algo fundamental y que pesa mucho al momento de que los clientes tomen una decisión es los comentarios de otros usuarios que ya han visitado los establecimientos ya que nadie mejor para decir si el servicio que prestan es bueno o malo.

Pregunta 2.6: ¿Qué tipo de información es la que más consulta en las redes sociales?

Tabla 30
Redes Sociales

Indicadores	Frecuencia	%
Tarifas de alojamiento turístico	27	13
Servicios que oferta el alojamiento turístico	58	29
Imágenes de los servicios ofertados	69	35
Opiniones de otros usuarios	46	23
TOTAL	200	100

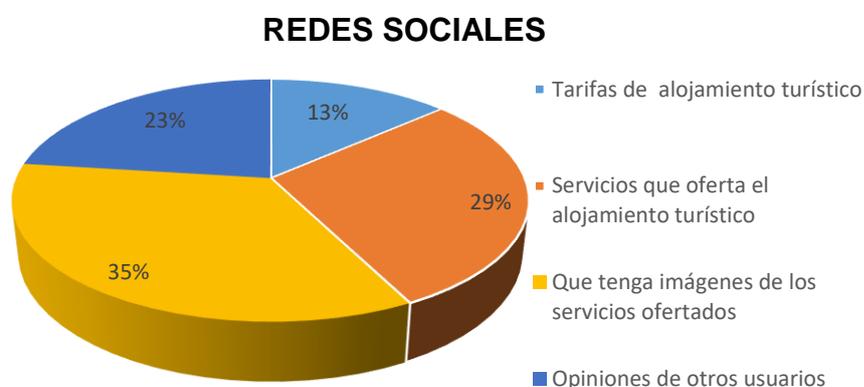


Figura 26. Redes Sociales

Fuente: Clientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Hoy en día las redes sociales juegan un papel importante en la toma de decisiones; es así que los clientes usan estos programas gratuitos para obtener información rápida donde lo que más valoran son las imágenes de los servicios que ofertan, seguidos de las opiniones de otros usuarios, de igual manera les interesa mucho conocer todo lo relacionado con tarifas que influyen a la hora de decidirse.

3. TIC manejadas en el Hotel

Pregunta 3.1: ¿Cómo considera el nivel de tecnología que posee la empresa hotelera que visita?

Tabla 31

Nivel Tecnológico

Indicador	Frecuencia	%
Alto	28	14%
Medio	64	32%
Bajo	108	54%
TOTAL	200	100%

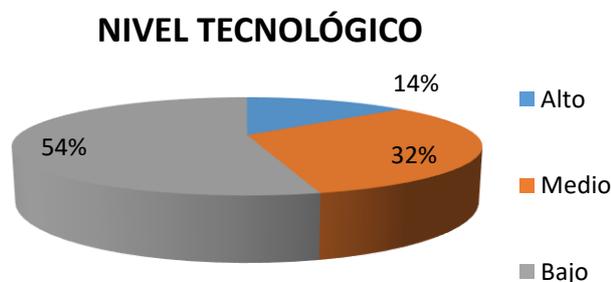


Figura 27. Nivel Tecnológico

Fuente: *Cientes de Establecimientos Hoteleros de la ciudad de Ibarra*

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: sobre esta interrogante la mayoría de los encuestados consideran que es baja la actualización tecnológica, en razón de que no basta con ofrecer Internet gratuito (que muchas veces es de poca calidad en la que prefieren no conectarse por la pérdida de tiempo que les genera esta herramienta) también es importante usar la tecnología para mejorar y facilitar la comunicación con el cliente desde que tiene la intención de reservar hasta que se retira de las instalaciones.

Pregunta 3.2: ¿Considera necesaria que las empresas hoteleras deberían tener una mayor preparación en Tecnología?

Tabla 32
Preparación Tecnológica

Indicador	Frecuencia	%
Si	189	94%
No	11	6%
TOTAL	200	100%

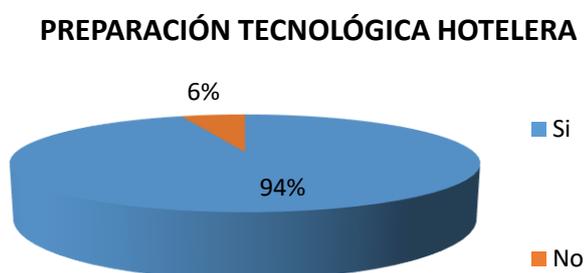


Figura 28. Preparación Tecnológica Hotelera

Fuente: Clientes de establecimientos hoteleros de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

Análisis: Los encuestados manifestaron que el sector turístico hotelero de la ciudad tiene un gran potencial para el cual deben mejorar y prepararse constantemente en relación a tecnología ya que hoy en día sus expectativas son mayores, sino caso contrario tendrán pocos clientes y su competitividad en el mercado disminuirá. La mayor parte de clientes investigados consideran necesario tener una mejor preparación en relación a las tecnologías tanto para los empresarios como para los trabajadores del sector hotelero ya que son los que dan vida a los diferentes establecimientos y permiten brindar un buen servicio al cliente que los visita.

4.2.2.1. Análisis global de la Encuesta

Realizada a los clientes de los establecimientos de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.

En la encuesta realizada a los clientes se obtuvo información sobre el uso, gustos y preferencias tecnológicas a la hora de tomar una decisión sobre alojamientos.

La mayoría de usuarios que acuden a los establecimientos hoteleros de la ciudad de Ibarra poseen título de tercer y cuarto nivel; este particular se debe a que el mayor segmento de clientes que vienen a la ciudad es por negocios, en su gran mayoría desde la capital y se quedan de 2 a 4 días laborables por lo que es importante tener herramientas que permitan el acceso tecnológico dentro de los establecimientos hoteleros.

Sus preferencias en cuanto a dispositivos tecnológicos son los celulares inteligentes y tabletas debido al menor tamaño y peso que tiene brindando similitud de características que una computadora dejando atrás el uso de ordenadores de escritorio ya que son muy grandes, ocupan mucho espacio y nos son de fácil movilidad. Para los usuarios encuestados estar conectados a Internet es muy importante ya que vienen a la ciudad en su mayoría por negocios y necesitan la red para enviar reportes o contactarse a través de las distintas redes sociales.

A pesar del gran uso que existe hoy en día de las TIC la mayor parte de los encuestados aseguraron que prefieren llamar a confirmar su reservación por seguridad a fin de que no se generen inconvenientes el día de su llegada y cuando son grupos de trabajo de instituciones públicas y privadas usan el correo para poder tener un respaldo que les sirve en la presentación de sus informes.

En relación a las páginas web y redes sociales consideran que es de suma importancia que los establecimientos hoteleros cuenten con estas herramientas en donde sus contenidos estén bien organizados y su información actualizada con tarifas e imágenes de los servicios que prestan. Algo fundamental y que pesa mucho al momento de que los clientes tomen una decisión es los comentarios de otros usuarios que ya han visitado los establecimientos ya que nadie mejor para decir si el servicio que prestan es bueno o malo.

Por último, los encuestados consideran que la actualización tecnológica en los establecimientos de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra es baja ya que no basta con ofrecer Internet gratuito, también es importante usar la tecnología para mejorar y facilitar la comunicación con el cliente desde que tiene la intención de reservar hasta que se retira de las instalaciones. Por lo que consideran de gran importancia que los empresarios turísticos tomen en cuenta este particular a fin de que actualicen sus herramientas tecnológicas para que su operación y comercialización sea más fácil, rápida y eficiente cumpliendo las expectativas de los clientes que se verán reflejadas en mejores ingresos.

4.3. Discusión de Resultados

Para los empresarios del sector Hotelero las TIC tienen una valoración general positiva. Sin embargo, a pesar de que los empresarios entienden la necesidad de adaptar su negocio a través de las nuevas tecnologías, en ocasiones no perciben los beneficios de estas implantaciones por desconocer su uso correcto debido a la escasa formación que tienen sobre este tema.

Al comparar los hoteles de primera y segunda categoría, los resultados muestran que con la categoría del hotel aumenta ligeramente la aplicación de las TIC. Los establecimientos de primera y segunda categoría ofrecen herramientas tecnológicas tanto para el personal como para los clientes, siendo la más utilizada el internet, la misma que facilitar o agiliza las actividades diarias de sus trabajadores y mejora la comunicación con sus huéspedes. La mayor parte de clientes de los establecimientos hoteleros usan Internet a lo largo del día por lo que consideran una herramienta fundamental que deben tener los hoteles a la hora de tomar una decisión por un determinado lugar ya que hoy en día no basta con brindar una habitación con baño, los clientes valoran servicios adicionales que no les genere gastos extras.

En su mayoría los hoteles tienen páginas web, pero el problema radica en que no les dan el mantenimiento adecuado, porque la mitad de los investigados que tienen página web mencionó que la actualización de información la realizaban cada año, incluso algunos no la han actualizado desde que fue creada y que no tienen personal con conocimientos especializados, en razón de que contratar a un profesional experto genera gastos que no están dispuestos a realizar. En la encuesta realizada se reflejó que la mayoría de usuarios buscan información del establecimiento que van a visitar en la red por lo que es necesario tener una página web y redes sociales en constante actualización para poder brindar una buena información al cliente desde que planea su viaje hasta que lo concluye.

La tecnología es una herramienta indispensable para el desarrollo y progreso de las operaciones en las empresas, muchos establecimientos de primera y segunda categoría no cuentan o no hacen uso de las herramientas necesarias para el mejor desempeño y desarrollo de sus funciones, a veces por escasa capacitación del personal y poco interés de los propietarios que son empresarios en mayoría sin formación profesional y que llevan el negocio de forma convencional.

Como se logró determinar en el análisis los establecimientos que están más a la vanguardia de las tecnologías son los de primera categoría ya que tratan de estar en constante innovación en la cual ven a las TIC como una inversión a largo plazo que repercute en mayores clientes y eficiencia de sus servicios y no como un gasto innecesario que disminuirá las utilidades de propietario.

Los propios empresarios consideran que la principal amenaza para adquirir las TIC es el elevado costo de las mismas, desde la conectividad a las aplicaciones de gestión y comercialización. De igual forma los hoteles de la ciudad que tienen en su mayoría un carácter familiar deben enfrentarse a la reputación online: la existencia de servicios que permiten a los usuarios opinar incluso sin haberse alojado en el establecimiento y las dificultades para contrarrestar los comentarios maliciosos está causando un notable perjuicio al sector, que no cuenta con las herramientas ni los conocimientos necesarios para hacer frente a este problema.

Finalmente, los empresarios trabajadores y clientes consideran que la formación en TIC es escasa, por lo que creen importante tener una guía que les ayude a mejorar sus procesos operacionales y de comercialización que se vean reflejados en mayor afluencia de clientes.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Presentación del Capítulo

En este capítulo se da a conocer la información obtenida con la investigación realizada de forma sintetizada, las cuales serán detalladas en forma de conclusiones y las recomendaciones como posibles soluciones para las empresas turísticas hoteleras de la ciudad de Ibarra.

5.2. Conclusiones

- ✓ Ibarra cuenta con 28 centros de alojamiento, de los cuales 10 son de primera y 18 de segunda categoría, con varias características que los distinguen unos de otros cumpliendo con los requerimientos de los distintos tipos de clientes que los visitan.

- ✓ Los resultados de esta investigación demuestran que los de primera categoría han implementado mayores herramientas tecnológicas debido a que su capacidad económica es mayor a los de segunda categoría. De igual manera existe desinformación y falta de conocimientos de la existencia de programas destinados a la organización detallada de datos, por esto conservan una metodología antigua que no permite acceder a información requerida de forma rápida y eficiente.

- ✓ Implementación de un sistema de gestión hotelera tanto interna como externamente. La gran mayoría de los establecimientos de alojamiento estudiados presentaron conformidad con su sistema manual, causando directamente un estancamiento en el área de capacitación y fortalecimiento de las habilidades tecnológicas.

- ✓ Al no utilizar las TIC, los hoteles se ven cada vez más desplazados y alejados de la idea de convertirse en un establecimiento de calidad, porque la aplicación de tecnología en negocios es cada vez más aceptada y no es concebible que existan lugares desactualizados y más cuando se trata de hoteles que pueden recibir clientes extranjeros.
- ✓ Una vez analizados los resultados, es necesario incidir sobre la concienciación de los empresarios en general y los del sector alojamiento en particular, respecto a la aplicación de las TIC, pues tienen un impacto directo en la comercialización y distribución del producto turístico y por ende pueden repercutir directamente en la viabilidad de un negocio. Se debe concebir las TIC como una inversión necesaria en lugar de como un costo inoportuno, contando para ello con personal capacitado que realice funciones de TIC específicas e integrando la información dentro de la empresa, de forma electrónica y automáticamente entre las distintas áreas, utilizando herramientas de software que compartan la información extraída de una única base de datos.
- ✓ Con respecto al posicionamiento de las empresas en Internet en sus distintas formas, se considera que está siendo utilizado de forma incorrecta, principalmente en el uso de las páginas web y redes sociales ya que las empresas implantan la infraestructura tecnológica pero luego no la atienden de la manera adecuada en cuanto a la actualización de datos para que así respondan a las necesidades de los clientes.
- ✓ Se puede observar del análisis realizado que la planta hotelera de la ciudad de Ibarra está invirtiendo en TIC tanto en la gestión del negocio como en el servicio del cliente pero se ha visto en este estudio, que dicha inversión se ve influenciada por el tipo de propiedad y la categoría a la que pertenecen cada uno de los hoteles generando una amplia diferenciación entre los establecimientos de primera y segunda categoría que repercute en la ocupación habitacional. Así se concluye que los hoteles de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra tiene aún

mucho trabajo por hacer en cuanto a innovación tecnológica por lo que es necesario informar a los empresarios y trabajadores hoteleros sobre los beneficios que la tecnología suele ofrecer al momento de desarrollarse tanto interna como externamente en un negocio, por esto razón se necesita crear una Guía metodológica que contenga las principales herramientas tecnológicas existentes en el mercado a fin de que las implementen y puedan enfrentarse a los nuevos retos que se presentan en el medio hotelero cada vez más competitivo.

5.3. Recomendaciones

- ✓ Utilizar herramientas tecnológicas en los establecimientos hoteleros es indispensable porque a más de generar comodidad a sus clientes, facilita la gestión y comercialización de sus servicios.
- ✓ Actualizar tecnológicamente tanto en hardware como en software a los establecimientos hoteleros permitirá la ejecución de programas especializados para la gestión administrativa de clientes, generando una mejor productividad y posicionamiento dentro de la industria hotelera.
- ✓ Aumentar el interés hacia la aplicación de las TIC en los administradores y trabajadores de establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría, en sí, los prestadores de servicios de alojamiento deben priorizar el mejoramiento tecnológico a fin de alcanzar mayores niveles de productividad y competitividad. De igual manera dotar al personal de los recursos tecnológicos para una mayor organización, dirección y control de la empresa.
- ✓ Brindar a los trabajadores hoteleros una adecuada capacitación en relación a las TIC para que se adapten al entorno y desarrollo tecnológico y puedan identificar las potencialidades de su uso a fin de convertir a las empresas hoteleras en organismos dinámicos y competitivos capaces de crecer económicamente en beneficio de la población local.

- ✓ Generar interés por parte del Ministerio de Turismo y asociaciones hoteleras para que se promueva a través de capacitaciones el uso de las TIC en los establecimientos hoteleros pequeños a fin de tener un mejor orden y desarrollo tecnológico en el sector hotelero.

- ✓ Fomentar el uso de las tecnologías de la información y comunicación para un mejor orden y desarrollo hotelero, mediante la creación de una Guía metodológica que ayude a capacitar a sus propietarios y trabajadores sobre el uso correcto de equipos, programas y medios tecnológicos que promuevan el acceso, uso y adopción de las TIC en el sector hotelero.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta

Guía para implementar y mejorar el acceso, uso y adopción de las TIC en los establecimientos hoteleros.

ALOJATIC

“Guía Metodológica de TIC para Establecimientos Hoteleros”

6.2. Antecedentes

Las Tecnologías de la Información y Comunicación han cambiado de forma radical la concepción de la industria del turismo: Internet y los medios electrónicos han transformado el modo en que los viajeros planifican sus vacaciones a través de dispositivos digitales existentes en el mercado como Tablet, Smartphone, entre otros.

Hoy en día es importante el intercambio de información para poder llevar a cabo cualquier actividad económica por lo que intercambiar información constantemente entre usuarios o consumidores y empresas es vital para un correcto desarrollo empresarial y mantener una buena relación con los clientes.

La industria turística se enfrenta a una serie de retos como son los cambios en el modelo de negocio, cambios de hábitos en los turistas, modificación de los procesos tradicionales de gestión y comercialización. Por ello, es preciso que el sector del alojamiento incorpore la innovación y la tecnología en sus negocios para poder mejorar su eficiencia y consecuentemente su productividad y competitividad, dando así respuesta a las exigencias del mercado y a la competencia global.

La evidencia empírica muestra que la introducción de TIC en las empresas no lleva a resultados automáticos por lo que es necesario realizar cambios profundos en sus procesos internos y en las relaciones con proveedores, socios y clientes para modificar su estructura organizativa y fortalecer las competencias de los trabajadores.

6.3. Objetivos

6.3.1. General.

Establecer una guía metodología que ayude a implementar el acceso, uso y adopción de las TIC a fin de mejorar el proceso operacional y comercial de los establecimientos hoteleros.

6.3.2. Específicos.

- ✓ Determinar los principales equipos y programas tecnológicos necesarios en el sector turístico de alojamiento.
- ✓ Tener como referencia una guía metodológica con visión positiva del acceso, uso y adopción de las TIC en los alojamientos turísticos para mejorar los procesos y ampliar las perspectivas del negocio.
- ✓ Aportar a los empresarios y trabajadores del sector hotelero de conocimientos básicos en relación a términos y conceptos de TIC que les permita identificar las potencialidades de su uso.

6.4. Justificación

Las (TIC) tecnologías de la información y las comunicaciones desempeñan un papel muy importante en la era digital del conocimiento, ya que se trata de un sector económico con gran potencial de crecimiento, de

creación de empleo y que puede aportar muchas ventajas, tanto en los procesos operacionales como en la gestión empresarial.

Las TIC son esenciales en el mercado actual y el uso de las mismas genera a las empresas hoteleras ahorro de costos y tiempo al realizar trámites y gestiones de forma sencilla, rapidez en el acceso a nuevos mercados, un mayor control de la información desde cualquier lugar y lo más importante mayor fluidez en la comunicación con los clientes del siglo XXI.

Cada vez somos más conscientes de lo importante que es la información para poder llevar a cabo cualquier actividad económica. Tanto los usuarios o consumidores como las empresas intercambian información constantemente, los consumidores, para conocer mejor los servicios y los productos que nos pueden interesar y así poder tomar mejor nuestra decisión de compra y las empresas, para convencer al cliente de comprar sus productos

La presente guía tiene como objetivo exponer de una manera clara y visual qué beneficios aportan las TIC a los establecimientos hoteleros y cómo se utilizan las herramientas tecnológicas más habituales y acordes para el sector, centrándose en las claves de cómo promocionar un negocio en Internet gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y como conseguir una mejor presencia digital que atraiga a más visitantes y/o compradores los servicios de alojamiento.

La principal función de esta guía es ser un documento de consulta para ayudar a empresarios y trabajadores en la introducción de las tecnologías en sus empresas hoteleras que faciliten su trabajo y relaciones.

6.5. Fundamentación

La presente propuesta se fundamenta en los siguientes aspectos tales como:

6.5.1. Fundamentación Socioeconómica.

Según la investigación realizada los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de Ibarra necesitan conocer más a fondo que herramientas tecnológicas deberían utilizar en la operación y comercialización de sus servicios, por lo que al diseñar **ALOJATIC**: “Guía Metodológica de TIC para Establecimientos Hoteleros” se brinda oportunidad para que los empresarios y trabajadores de los establecimientos turísticos estén mejor preparados en cuanto a TIC permitiéndoles aumentar la afluencia de visitantes y por ende ayude al desarrollo socio-económico de la ciudad.

6.5.2. Fundamentación Turística y Tecnológica.

En la actualidad el turismo se ha convertido en la mejor alternativa para generar ingresos económicos a nivel mundial y nacional dinamizando la economía de un determinado sector. La ciudad de Ibarra tiene una variedad de condiciones climatológicas, geográficas, paisajísticas, y culturales los cuales pueden ser disfrutados por el turista y a la vez satisfacer sus necesidades de conocimiento, descanso, diversión, ocio, entre otros; de estas ventajas se aprovechan los establecimientos hoteleros al ofertar sus servicios los mismos que pueden beneficiarse de las herramientas tecnológicas existentes en el mercado para operar y promocionarse a nivel nacional e internacional. Todos los establecimientos deben conocer que herramientas digitales les son útiles para lo cual se propone crear **ALOJATIC**: “Guía Metodológica de TIC para Establecimientos Hoteleros”

6.5.3. Fundamentación Educativa.

La intención de realizar una guía Metodológica es motivar a los empresarios y trabajadores hoteleros a conocer los diferentes instrumentos tecnológicos existentes en el mercado para el desarrollo de sus actividades y comercialización de sus servicios. El proyecto pretende generar un

crecimiento personal y empresarial de los miembros que conforman los centros de alojamiento de la ciudad de Ibarra en cuanto a conocimientos digitales.

6.6. Ubicación sectorial y física

La presente investigación se realizó en:

País: Ecuador

Zona: 1 Norte

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Ilustración 6

Ubicación Sectorial



Fuente: Sistema Nacional de Información-SENPLADES
Elaborado por: La Autora, 2015

6.7. Desarrollo de la Propuesta

TITULO:



La Guía Metodológica será elaborada con el tipo de letra ARIAL 12 color negro a interlineado 1,0 para el texto y 24 para los títulos con el color de fondo de hoja que se esté usando.

La Guía se encuentra subida a la Red como un libro digital, para acceder a ella hay que visitar la página:

<file:///C:/Users/HP/Documents/MANUAL%20PNG/TIC.html>

La guía física se imprimirá en papel Cuché grueso para la portada y contraportada y Cuché delgado para las hojas que contengan la información.

El tamaño de la Guía será de:

- ✓ Ancho: 20cm.
- ✓ Altura: 14,5 cm.

Los márgenes serán los siguientes:

- ✓ Parte superior: 1 cm
- ✓ Parte inferior: 1 cm
- ✓ Parte derecha: 1 cm
- ✓ Parte izquierda: 1 cm

Cada página se enumera en la esquina inferior izquierda y derecha.

6.7.1. Estructura de la Guía Metodológica.

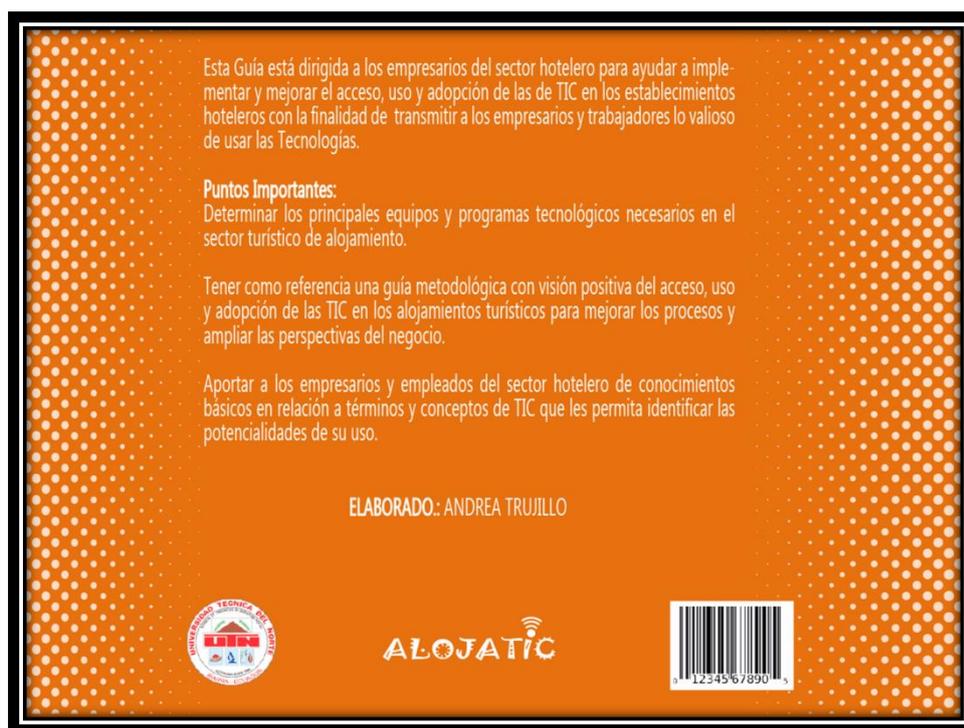
6.7.1.1. *Página de portada.*



La elaboración de la portada se realizó mediante una selección de imágenes digitales con colores llamativos y muy fáciles de interpretar, los cuales resaltan el nombre de la guía y expresan fácilmente a través de imágenes el motivo de la elaboración del documento.

6.7.1.2. **Contraportada.**

En relación a la contraportada esta lleva una tonalidad de color naranja que lo hace más llamativo y mantiene relación con el color empleado en el diseño de la portada, se detalla el objetivo por el cual fue creada la guía y el valor que tendrá para las empresas Hoteleras de la ciudad de Ibarra, de igual manera en la parte inferior lleva el logo de la Universidad Técnica del Norte por la importancia que representan en el desarrollo del presente proyecto.



6.7.1.3. **Índice de Contenidos.**

Comprende un listado detallado del contenido que se tratará en la Guía Metodológica de TIC para los Establecimientos Hoteleros “**Alojatic**” donde se visualizará cada tema con su correspondiente número de página.

INDICE DE CONTENIDOS

Esta guía se estructura de la siguiente manera:

- | | | | |
|----|---|----|---------------------------------|
| 3 | Presentación | 23 | 5. Correo Electrónico |
| 4 | Introducción | 29 | 6. Página Web |
| 5 | Por qué utilizar las TIC en el sector hotelero | 35 | 7. Redes Sociales |
| 6 | Principales tecnologías aplicables al sector hotelero | 39 | Facebook |
| 7 | 1. Ordenador | 41 | Twitter |
| 11 | 2. Red Informática | 43 | YouTube |
| 15 | 3. Conexión a Internet | 45 | 8. Geolocalización |
| 19 | 4. Wi-Fi | 51 | 9. Programa de Gestión Hotelera |

2

6.7.1.4. Desarrollo de la Guía Metodológica.





PRESENTACIÓN

La industria hotelera es un sector muy exigente, requiere invertir muchas horas de trabajo y una dedicación casi plena, ya que sus horarios de apertura al público son 24/7, los 365 días del año. Las TIC, o Tecnologías de la Información y la Comunicación han sido de gran ayuda al facilitar los procesos de operación y comercialización de sus servicios mejorando la calidad de vida de las personas que integran este sector económico.

La importancia de la renovación tecnológica hotelera no supone solamente la intervención física en el inmueble; se trata de un proceso mucho más complejo. Debe tenerse en cuenta cuáles son las tendencias actuales y futuras del mercado turístico para intentar adaptar cada establecimiento a ellas lo que les permite optar por una estrategia de diferenciación y con posibilidades de una mayor rentabilidad.

Tras la experiencia acumulada en los hoteles analizados de Ibarra, se ha creado ALOJATIC "Guía Metodológica de TIC para Establecimientos Hoteleros" especializada en dar a conocer las principales herramientas tecnológicas para la modernización Hotelera.

Este documento hace un extenso y minucioso recorrido por todos los aspectos importantes para la renovación tecnológica turística, de forma organizada y eficiente para que tenga un impacto claro y directo.



3



INTRODUCCIÓN

Con esta Guía se pretende explicar a las empresas Hoteleras y al colectivo de personas que trabajan en este sector en qué consisten las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y cuáles son sus ventajas, no sólo las económicas, sino también las dirigidas a mejorar la calidad de vida.

La guía ALOJATIC ha sido elaborada con el propósito de difundir los conceptos fundamentales sobre TIC más usadas en alojamientos, y como instrumento para los empresarios del sector que quieran realizar un acercamiento práctico a los principales instrumentos existentes en su negocio.

En los últimos años Internet se ha posicionado como un canal preferente para el mercado hotelero en general, tanto para la búsqueda y acceso a la oferta existente como para concretar transacciones de reserva y contratación.

Así, la competitividad de muchas de las empresas del sector, su capacidad de atraer clientes nacionales o internacionales, la eficiencia en la gestión comercial o el ahorro de costos, está muy ligado actualmente al contar con los instrumentos adecuados para posicionarse y promocionarse en Internet y realizar transacciones y servicios on-line con los clientes.

La presente guía tiene como objetivo exponer de una manera clara y visual qué beneficios aportan las TIC y cómo se utilizan las herramientas tecnológicas más habituales, centrándose, sobre todo, en aquellas que pueden ser utilizadas en el sector de la hotelería.

4



¿Por qué utilizar las Tic en el Sector Hotelero?

Las TIC ayudan a las empresas turísticas a vincularse con la tecnología sin importar si son pequeñas, medianas o grandes empresas, se dice que hoy en día quien no está en internet no existe en el mercado ya que los usuarios usan esta herramienta para obtener información de forma rápida.

Es así que las TIC ayudan a:

1. Automatización de tareas para tener más tiempo para dedicarse a otras actividades, algunos trabajos los hará una máquina y no tú.
2. Para saber en todo momento lo que necesitas: un sistema informático te ayudará a llevar el negocio al día.
3. Para dedicar menos tiempo a tareas administrativas: ¿a quién le gustan? Mejor que lo controle un programa informático

5



Principales Tecnologías Aplicables al Sector Hotelero

A lo largo de las siguientes páginas se hará un recorrido sobre las distintas Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicables al sector hotelero, respondiendo a los interrogantes que un empresario se ha podido hacer alguna vez: ¿Para qué son? ¿En qué pueden ayudar a mi empresa? ¿Es complicado manejarlas? o ¿cuánto tendría que invertir?

- 1.- Ordenador
- 2.- Red informática
- 3.- Conexión a Internet
- 4.- Wi-Fi
- 5.- Correo Electrónico
- 6.- Página Web
- 7.- Redes Sociales
- 8.- Geolocalización
- 9.- Programa de Gestión Hotelera



6

1

ORDENADOR



7



1. ORDENADOR O COMPUTADOR



¿Qué es?

Un ordenador o computadora es un conjunto de máquinas, intercomunicadas entre sí, que en su conjunto permiten procesar y ordenar información. Los programas que dan funcionalidad al equipo se les conoce como SOFTWARE y a los elementos electrónicos como HARDWARE.

Por tanto, los ordenadores no son unos aparatos simples, están integrados por un conjunto de máquinas y dispositivos que trabajan de manera sincronizada para procesar automáticamente la información.

9

¿Qué hace?

Es como una biblioteca comprimida ya que almacena mucha información y permite el acceso a Internet. Además ahorra costos, optimiza procesos y permite prestar servicios mejores e incorporar nuevos productos. La gran ventaja de un ordenador es que puede hacer el mismo trabajo sin cansarse, aburrirse o equivocarse.

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

Permite Gestionar de forma eficaz un negocio facilitando el trabajo de control y gestión gracias a la capacidad de recopilar y procesar gran cantidad de datos,, además permite acceder a Internet y todos los servicios que ofrece.

¿Es complicado manejarlo?

En realidad es muy fácil gracias a que hay profesionales de la informática que diseñan programas sencillos e intuitivos, las cosas son ahora mucho más fáciles. Y si nunca has manejado un ordenador, no se preocupe, con unas pequeñas sesiones de formación y un poquito de esfuerzo verás como en poco tiempo será capaz de sacarle mucho partido.

¿Cuánto hay que invertir?

Dependiendo de las características y accesorios que se deseen van desde los \$450 a \$1000 dólares americanos.

10

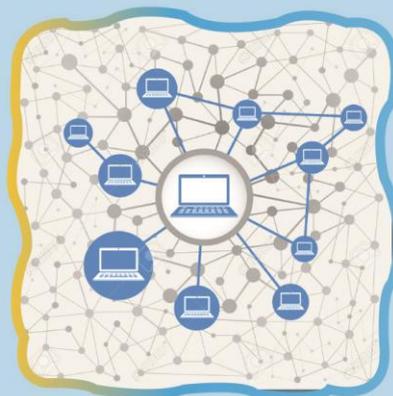
2

RED INFORMÁTICA





2. RED INFORMÁTICA



¿Qué es?

Una red informática es un conjunto de dispositivos interconectados entre sí a través de un medio, que intercambian información y comparten recursos. Por ejemplo, dos o más ordenadores conectados entre sí, habitualmente a través de un cable de red, aunque también podrían conectarse a través de Internet.

13



¿Qué hace?

Permite compartir información con los equipos disponibles en su empresa de forma rápida.

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

La finalidad principal para la creación de una red informática es compartir los recursos y la información en la distancia, asegurar la confiabilidad y la disponibilidad de la información, aumentar la velocidad de transmisión de los datos y reducir el costo. Un ejemplo es Internet, la cual es una gran red de millones de computadoras ubicadas en distintos puntos del planeta interconectadas básicamente para compartir información y recursos.

¿Es complicado manejarlo?

Utilizarla es muy sencillo. Lo más complicado es su instalación, se necesita la ayuda de un profesional en informática, pero una vez que esté hecha, los equipos se conectarán automáticamente y no se tendrá que hacer nada.

¿Cuánto hay que invertir?

Para que un equipo pueda conectarse a la red local, normalmente se necesita instalar un adaptador llamado router, que es el elemento que actúa de puente entre los distintos dispositivos interconectados que se lo puede encontrar a partir de \$100 dólares americanos.

14

3

CONEXIÓN A INTERNET



15



3. CONEXIÓN A INTERNET



¿Qué es?

Las conexiones de internet son los medios disponibles para que un usuario pueda utilizar los servicios que ofrece internet a través de dispositivos que utilizan tecnología informática, como computadoras, tablets y teléfonos móviles.

¿Qué hace?

A través de la conexión a Internet se puede obtener información rápida y eficaz sobre diversos temas.

En la actualidad es la red de computadoras más grandes que existe en el mundo; se conecta por teléfono (a través de un módem) o por fibra óptica y transmite toda clase de información.

17

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

Los usos básicos de Internet para tu negocio son:

- Buscar información sobre nuevas empresas proveedoras.
- Realizar trámites y gestiones con la Administración y con tu banco.
- Comunicarte con terceras personas, a través del correo electrónico, la mensajería instantánea, etc.
- Hacer publicidad de tu negocio.
- Informar a tu clientela de nuevos productos, servicios y actividades.
- Hacer cursos de formación a distancia.
- Montar un sistema de video vigilancia, a través de unas pequeñas cámaras especiales para transmitir a través de Internet, las denominadas cámaras web.
- Reservaciones

¿Es complicado manejarlo?

Algunas personas tienen más habilidad que otras. En el caso de Internet, con emplear un par de días en algún centro formativo es suficiente para empezar a navegar. Por lo general a la mayoría de personas les resulta sencillo y no resulta costoso, lo primero es afiliarse a cualquiera de las empresas que ofrecen acceso y conexión a Internet.

¿Cuánto hay que invertir?

En Ecuador existen empresas públicas y privadas que ofrecen estos servicios y la velocidad de acceso depende de lo que contrates.

En general, el costo puede partir de los \$20 dólares y no superará los \$75 dólares al mes para las conexiones más rápidas.

18

4

WI-FI



19



4. WI-FI



¿Qué es?

Es una de las mejores opciones para conectarse a internet y no necesitas usar cables para establecer la conexión. Gracias a esto, una de las grandes ventajas que tienes es que puedes moverte libremente por el área de cobertura de la red y conectar varios dispositivos al mismo tiempo: tú portátil, computador de escritorio, celulares o tabletas.

21

¿Qué hace?

Wi-Fi permite interconectar dispositivos y acceder a Internet sin necesidad de usar cables ni complicadas configuraciones, permitiendo movilidad y facilidad de uso.

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

Tiene la ventaja de la movilidad dentro de tu local sin conexión de cables.

Además, cada vez más clientela dispone de ordenadores portátiles como tablets y Smartphone que les permiten conectarse a Internet de forma inalámbrica, por lo que ofrecerles el servicio de acceso a Internet vía Wi-Fi desde nuestro local puede ser una buena forma de atracción y fidelización, diferenciándonos de nuestra competencia.

Reservación.

¿Es complicado manejarlo?

No es complicado, basta con configurar el equipo para utilizarlo sin necesidad de conectarse físicamente a ningún sitio. Para conectarse a una red Wi-Fi no es necesario realizar un procedimiento muy complicado. Tu computador detectará la red que esté disponible e intentará conectarse a ella.

Usualmente, las redes Wi-Fi tienen una clave de acceso. Sin embargo, en centros comerciales, aeropuertos; incluso en parques y lugares públicos el acceso es libre para que puedas conectarte sin ningún problema.

¿Cuánto hay que invertir?

Las compañías proveedoras también suelen proporcionar un aparato Wi-Fi, el router, sin costo adicional o a muy bajo costo, normalmente menos de \$60 dólares.

22

5

CORREO ELECTRÓNICO



23



5. CORREO ELECTRÓNICO



¿Qué es?

El correo electrónico es un servicio gratuito que puedes tener a través de Internet en el que envías y recibes mensajes de manera instantánea a través de Internet, incluyendo fotografías o archivos de todo tipo.

Sus ventajas son:

- Texto ilimitado.
- Puedes enviar imágenes y cualquier tipo de archivo digital.
- Es gratuito si ya tienes la conexión a Internet.

25

¿Qué hace?

El correo electrónico envía y recibe mensajes de forma rápida y sin intermediarios a través de Internet.

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

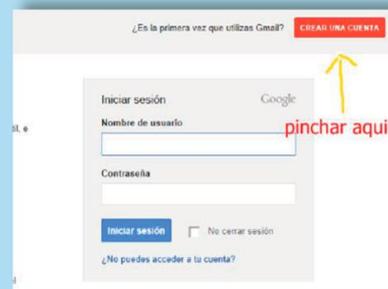
Intercambia información a través del correo electrónico es otra forma de comunicarse con tu clientela, con las empresas proveedoras o con quien tú quieras. Tiene una ventaja sobre otros medios: todo queda por escrito; si una empresa proveedora se equivoca en un pedido, siempre tendrás el correo que le mandaste para reclamarle su error.

Hay que cuidar la forma en el contenido del correo electrónico, al igual que las cuidarías al enviar una carta por correo tradicional. Recuerda que estás proyectando la imagen de tu empresa.

¿Es complicado manejarlo?

Si ya dominas un poco Internet y el ordenador, el esfuerzo para aprender su manejo es mínimo, basta con seguir unos pequeños pasos que se detalla a continuación:

Paso 1: Abre el navegador que usas normalmente. Allí, en la barra de direcciones, escribe las siguientes URL o dirección web: www.gmail.com, www.outlook.com, dependiendo la cuenta que prefieras.



26



Paso 2: Una vez te abra la página principal del Gmail o Hotmail, haz clic en la opción Crear una cuenta, ubicada debajo del cuadro de inicio de sesión. De manera inmediata se abrirá una página nueva con el formulario que debes llenar para registrarte.

Paso 3: Escribe tu Nombre completo en los espacios en blanco y recuerda que para escribir los datos que te piden, debes

Paso 4: Escribe el nombre que le quieres dar a tu cuenta de correo, en el campo Nombre de usuario. Por ejemplo: micorreo@gmail.com, miempresa@gmail.com. También, puedes escribir tu propio nombre para ser fácilmente identificado por tus contactos.

Paso 5: En el campo Contraseña, escribe una palabra que funcione como tu clave secreta y vuélvela a escribir en el espacio Confirma tu contraseña.

Ten en cuenta que tu contraseña debe ser fácil de recordar, mas no de deducir por otras personas. Para ello puedes utilizar una combinación de números, puntos o guiones. Te aparecen mas preguntas todas las debes llenar correctamente

27



Paso 2: Una vez te abra la página principal del Gmail o Hotmail, haz clic en la opción Crear una cuenta, ubicada debajo del cuadro de inicio de sesión. De manera inmediata se abrirá una página nueva con el formulario que debes llenar para registrarte.

Paso 3: Escribe tu Nombre completo en los espacios en blanco y recuerda que para escribir los datos que te piden, debes hacer clic sobre ellos.

Paso 4: Escribe el nombre que le quieres dar a tu cuenta de correo, en el campo Nombre de usuario. Por ejemplo: micorreo@gmail.com, miempresa@gmail.com. También, puedes escribir tu propio nombre para ser fácilmente identificado por tus contactos.

Paso 5: En el campo Contraseña, escribe una palabra que funcione como tu clave secreta y vuélvela a escribir en el espacio Confirma tu contraseña.

Ten en cuenta que tu contraseña debe ser fácil de recordar, mas no de deducir por otras personas. Para ello puedes utilizar una combinación de números, puntos o guiones. Te aparecen mas preguntas todas las debes llenar correctamente

27

Paso 6: Luego, haz clic para aceptar las políticas de servicio.

¿Cuánto hay que invertir?

Si ya tienes ordenador y conexión a Internet, es totalmente gratis.

28

6

PAGINA WEB



29



6. PAGINA WEB



¿Qué es?

Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores.

¿Qué hace?

Incorpora información detallada de un determinado tema y muchas más cosas como vídeos, sonidos, la posibilidad de comunicarse con otras personas, opiniones de las personas que las han leído, etc.

Imaginemos que Internet es la revista más grande del mundo; pues bien, las páginas web son sus páginas.



¿Para que sirve al Sector Hotelero?

Ayuda a promocionar sus servicios, informa a sus clientes, realiza ventas, comparte fotos y organizar los recursos de una empresa.

Puede parecer que no sea demasiado importante pero ¿cuántas personas planifican sus vacaciones por Internet? ¿Cuántas, por ejemplo, buscan su hotel o reservan su avión? ¿No crees que también habrá personas que busquen más información sobre la ciudad o pueblo que van a visitar?

Una página web puede dar mucha vida a un negocio de hotelería y contribuir a mejorar su relación con su clientela, incrementando su fidelidad y atrayendo a nuevos clientes y clientas.

Facilidad al momento de reservar una habitación.

¿Es complicado manejarlo?

Antes de comenzar a pensar en el diseño, es necesario definir las metas que estableciste para tu sitio. Estas te ayudarán a entender los requisitos técnicos y el mensaje general que quieres transmitir en tu página web.

Necesitarás:

- Un ordenador.
- Acceso a Internet
- Un correo electrónico

Una vez definido lo que queremos dar a conocer basta con seguir unos pequeños pasos que se detalla a continuación:

32



Paso 1: En el buscador accede a Wix.com y selecciona 'Entrar/Regístrate'.

Paso 2: Escribe tu correo electrónico y contraseña para, a continuación, hacer clic en '¡Regístrate!'.



Paso 3: Pulsa 'Crear' para comenzar a escribir contenido en tu nueva página web.

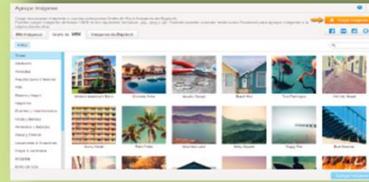


Paso 4: Dirígete a la columna de la izquierda y selecciona una categoría que concuerde con la temática del producto que deseas ofrecer.

En este ejemplo, nosotros hemos escogido 'Hospedaje' y, seguidamente, hemos hecho doble clic en la plantilla que más le guste.

33

Paso 5: Selecciona toda aquella información que desees modificar realizando un pequeño clic con el botón izquierdo en 'Editar'. Edita el contenido de todas aquellas páginas del menú que desees; cuanto más personalizada esté tu página web, mejor.



Paso 6: Una vez terminada la edición, pulsa 'Publicar' para que tu página web pueda ser vista online por todo el mundo. Selecciona el nombre con el que desees que se conozca a tu empresa y da clic en aceptar.

Felicidades! Tu página web ha sido publicada; selecciona 'Ir' y disfruta de ella.

¿Cuánto hay que invertir?

Puedes construir un sitio web completo gratis, hay varios sitios gratuitos en Internet.

Con lo que respecta al diseño completo de la página por profesionales especializados en la rama los precios pueden ir desde 100\$ hasta más de \$4000 todo depende del nivel de complejidad de las aplicaciones de Internet que se desarrollen o se implementen. Es muy importante elegir un buen nombre para su dominio web, que sea corto, fácil de recordar y deletrear por teléfono. Lo cual le permitirá a sus usuarios acceder a su página web sin dificultades. Generalmente, un dominio bajo las extensiones .com / .org / .net cuesta ± USD 15 al año. Un dominio .ec / .com.ec en cambio le cuesta USD 35 (+IVA) anualmente. Existen también descuentos al registrar su dominio por más de un año.

34

7

REDES SOCIALES



35



7. REDES SOCIALES



¿Qué son?

Las redes sociales son comunidades virtuales donde los usuarios interactúan unos con otros desde cualquier parte del mundo. Las redes sociales son las plataformas que permiten conectar gente que se conoce o quiere conocerse para que compartan contenidos como fotos, videos, etc.



¿Qué hacen?

Conecta personas con intereses comunes, con el fin de facilitar las relaciones y el intercambio de información en cuestión de segundos independientemente del lugar del planeta donde se encuentre el usuario.

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

La utilización de las redes sociales resulta de gran utilidad para fomentar la comunicación y la construcción de la marca hotelera. Existen varias razones por las que es recomendable realizar una estrategia en redes sociales:

* Se consigue una alta conexión con el consumidor de manera que se aproxima la marca a la persona.

Es un medio de publicidad muy efectivo para la pequeña y gran empresa, además es más económico que cualquier medio de comunicación tradicional.

* Reservar

¿Es complicado manejarlo?

Es muy fácil gracias a que hay profesionales de la informática que diseñan aplicaciones sencillas.

¿Principales Redes Sociales?

Existe una amplia gama de redes sociales a través de las que podemos promocionar nuestro negocio. Las más usadas son Facebook, Twitter y Youtube.

38



¿Qué hacen?

Conecta personas con intereses comunes, con el fin de facilitar las relaciones y el intercambio de información en cuestión de segundos independientemente del lugar del planeta donde se encuentre el usuario.

¿Para que sirve al Sector Hotelero?

La utilización de las redes sociales resulta de gran utilidad para fomentar la comunicación y la construcción de la marca hotelera. Existen varias razones por las que es recomendable realizar una estrategia en redes sociales:

-Se consigue una alta conexión con el consumidor de manera que se aproxima la marca a la persona.

Es un medio de publicidad muy efectivo para la pequeña y gran empresa, además es más económico que cualquier medio de comunicación tradicional.

Reservaciones

¿Es complicado manejarlo?

Es muy fácil gracias a que hay profesionales de la informática que diseñan aplicaciones sencillas.

¿Principales Redes Sociales?

Existe una amplia gama de redes sociales a través de las que podemos promocionar nuestro negocio. Las más usadas son Facebook, Twitter y Youtube.

38



FACEBOOK

facebook

Es la red social más conocida de todas y en ella se puede crear un perfil, añadir fotos, comentarios y toda la información que sea necesaria para conseguir contactos que se conviertan en seguidores del perfil.

Es necesario ofrecer contenidos de calidad, lanzar ofertas y promociones que nos permitan hacer más atractivo el perfil y mantener el contacto con los usuarios.

Facebook para los Negocios

En la actualidad muchas empresas pequeñas no disponen de su propia página web, pero no han querido renunciar a tener presencia en Internet y para ello se crean sus páginas de empresa desde donde pueden mantener informados a sus clientes.

¿Cómo acercar Facebook a su negocio?

Lo primero que se debe hacer es crear un perfil personal en Facebook, para ello tiene que dirigirse a la web <http://www.facebook.com> y llenar los datos que se solicitan en el apartado Regístrate.



39



Una vez registrado es importante completar el perfil con todos los datos e incluir una foto, este punto es muy importante si desea que la gente lo tome en cuenta.

El siguiente paso es crear una página de seguidores para tu empresa de la que serás el principal administrador. Si quieres que alguien más pueda administrar la página puedes hacerle administrador. Para ello en el menú lateral izquierdo de tu perfil aparece la opción "Crear una página...", desde allí nos ofrecen la opción de elegir el tipo de página que deseamos crear así como la categoría a la que pertenecerá nuestra página.



Una vez que has creado tu página de empresa tienes que personalizarla añadiendo información del negocio, fotos, la dirección de tu página web si dispone de ella.

Ya estás listo para empezar a publicar y compartir información y conseguir nuevos seguidores.

40



Su funcionamiento se basa en el concepto de decir en pocas palabras los que estás haciendo, pensando. Es una buena manera de mantener el contacto directo con nuestros clientes para mantenerlos informados de las novedades. La gran ventaja para las empresas es utilizar esta red social como canal de soporte al cliente por su rapidez.

Twitter para los negocios

Twitter es un servicio gratuito de mensajes con un máximo de 140 caracteres para contar o compartir lo que desees. El único requisito que necesitas para utilizarlo es crear una cuenta.

Desde el punto de vista empresarial, su principal aplicación es su uso como canal de comunicación entre la empresa y los clientes, bien sea para comunicar el lanzamiento de nuevos productos, promocionar ofertas puntuales, como servicio de atención al cliente.

¿Cómo acercar Twitter a nuestro negocio?

El primer paso es crear la cuenta en <https://twitter.com/signup> y en el recuadro "¿Eres nuevo en Twitter? Regístrate, donde introduciremos los datos que nos solicitan, teniendo en cuenta que el nombre de usuario es muy importante porque será el nombre con el que se identificará su negocio.



41

Ahora hay que personalizar el perfil según las necesidades del negocio. Y lo primero es publicar una foto de perfil y completar otros datos como biografía o web.

Esto puede realizarse desde la opción de configuración del perfil de usuario.



Ya está preparado para comenzar a utilizar Twitter

¿Para que me sirve Twitter?

es la herramienta que ayuda a:

1. Conocer en tiempo real lo que opinan los clientes de la empresa o los productos.
2. Recibir ideas que permitan mejorar el negocio y/o los productos.
3. Que los productos lleguen directamente a las personas que realmente están interesados en ellos.

42

YOUTUBE



Es la comunidad de videos más conocida. En ella los usuarios pueden visualizar los videos, dejar comentarios, subir sus propios videos.

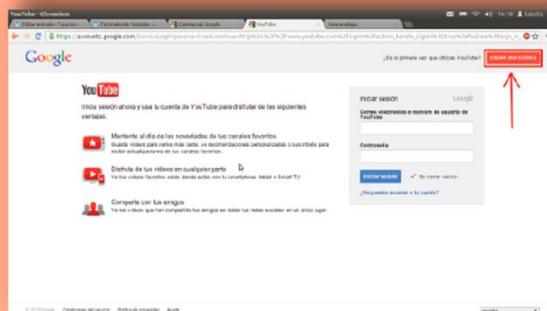
Es de gran utilidad gracias al poder de viralidad de los videos.

Su ventaja viene de la interconexión de la información que se comparte en esta red social combinada con los perfiles y cuentas en el resto de redes.

43

¿Cuánto hay que invertir?

Debido a la gratuidad del servicio el uso de las redes sociales se ha incrementado de manera exponencial en los últimos años principalmente por su fácil acceso por lo que es suficiente con poseer el servicio de Internet.



44

8

GEOLOCALIZACIÓN

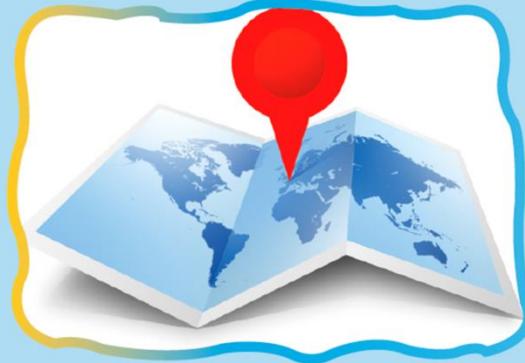


45





8. GEOLOCALIZACIÓN



¿Qué es?

La geolocalización consiste en situar un objeto en el espacio mediante un sistema de coordenadas: latitud, longitud y altitud.

¿Qué hace?

Es una herramienta que nos permite ubicar geográficamente un determinado lugar, empresa para determinar su ubicación a través de internet con mapas digitales como Google Maps.

47



¿Para que sirve al Sector Hotelero?

Ayuda a tener información acerca de la ubicación física del establecimiento, también muestra información como teléfono, página web, fotografías, descuentos, ofertas. La geolocalización da un valor añadido para todo tipo de empresa o establecimiento.

¿Es complicado manejarlo?

Para quien maneja Internet no es complicado, a continuación se detalla los pasos a seguir.

¿Cómo registrar un negocio en Google Maps?

1. Entra a la página de Google My Business y haz clic en 'Aparecer en Google' .



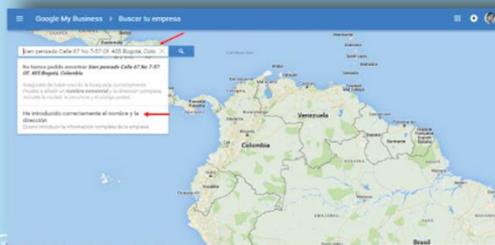
48



2. Introducir el nombre de tu empresa en el buscador y aprieta 'enter'. Haz clic en 'Ninguna de estas opciones coincide con la empresa. Agregar la empresa', entonces bastará con hacer clic en 'Agregar empresa' para crear una nueva dirección.



3. A continuación, deberás completar un formulario con los datos de tu negocio.



3. A continuación, deberás completar un formulario con los datos de tu negocio.

4. Luego de hacer clic en 'Continuar', Google solicitará que crees una página de Google Plus para que puedas administrar tu empresa en Google. Confirma que estás autorizado a administrar esa empresa y haz clic en 'continuar'.

Por último, luego 2 o 3 semanas recibirás una carta en el domicilio ingresado con las instrucciones sobre cómo finalizar el proceso de verificación.

Resultado

Al registrar tu tienda física en Google My business, cuando alguien busque tu empresa en Google aparecerá un mapa indicando su dirección.

¿Cuánto hay que invertir?

Es completamente gratuito y Google no acepta ningún pago por incluir determinadas empresas o sitios en los resultados de búsquedas.



9

PROGRAMA DE GESTIÓN HOTELERA



51





9. PROGRAMA DE GESTIÓN HOTELERA



¿Qué es?

ES una herramienta a utilizar por los trabajadores y por la dirección de un hotel para gestionar uno o varios establecimientos hoteleros.

¿Por qué es importante?

Un programa gestión hotelera es importante para administrar eficientemente las distintas labores que se realizan en el área hotelera, ya sean de índole operativo, administrativo, financiero, entre otros.

53



¿Para que sirve al Sector Hotelero?

un programa de Gestión agiliza las labores cotidianas que se realizan en un hotel, como son el manejo de las reservas, el eficiente registro de los clientes, se podrán asignar los diversos costes, así como también crear las diferentes facturas necesarias, realizar el pago a los distintos proveedores, entre otros, todo esto se podrá hacer de una manera bastante funcional y natural gracias a que está especialmente diseñado para ayudar en gran manera a el buen manejo y la funcionalidad de un hotel.

1. Gestión de reservas

Las reservas son un elemento clave de la operativa diaria, ya que constituyen la unidad de negocio del hotel. La utilización de un programa de gestión permite automatizar el proceso, hacerlo ágil tanto para el hotel como para el cliente, ofrecer todas las garantías y proporcionar información completa al usuario sobre muchos aspectos: los diferentes tipos de alojamientos, servicios extras, ubicación, como llegar, actividades, etc.

2. Gestión de tarifas

El mercado hotelero está evolucionando cada vez de forma más rápida, lo que exige una mayor flexibilidad en tarifas, precios y ofertas.

3. Recepción

Desde el módulo de recepción se llevan a cabo las tareas de check-in y de check-out. Es muy probable que durante la estancia de los clientes en el hotel, el recepcionista tenga que realizar diversos cambios (de habitación, de fecha de salida, de régimen de pensión, etc.). Este módulo se presenta básico ya que el recepcionista debe poder consultar, en cualquier momento.

54



4. Facturación y cobros

Este módulo permitirá al hotelero manejar la facturación de forma automática, reduciendo así el número de tareas diarias. El responsable de estas tareas debe poder consultar y modificar en cualquier momento, todo lo relativo a la gestión contable, gestión de créditos y facturación.

5. Reporte

Es clave poder obtener tantos datos de análisis como se considere necesario, ya que de ellos dependerán las futuras decisiones estratégicas del hotel. Por tanto, es importante contar con una herramienta de análisis que permita elaborar diversos informes relativos a ocupación, histórico de clientes, histórico de reservas y facturas o listados de ocupación prevista.

¿Es complicado manejarlo?

Una vez instalado es muy fácil de utilizarlo, basta con adaptarse al programa.



55

¿Cuánto hay que invertir?

En internet existen programas básicos gratuitos, entre ellos (SOFT HOTEL, ENEBOO)
El más usado es SofHoteles es un programa pensado para usuarios que tienen poca familiaridad con el uso de las computadoras, por lo tanto es un programa fácil de usar y práctico en sus funciones.

Tiene características destinadas a la gestión de hoteles, entre las que podemos mencionar:

- Recepción
- Reservas
- Inventario
- Lavandería y Stock
- Listado de productos
- Reportes
- Control de depósitos

En cuanto al manejo de las habitaciones, se indica el estado de cada habitación donde tan solo viendo el color uno puede saber si la habitación está libre, ocupada o si falta realizar la limpieza.

Pasos para Instalar

1. Ingresar a <http://www.portalprogramas.com/softhoteles/>
2. Dar Clic en Descargar Gratis
3. Seleccionar Guardar
4. Ejecutar el Archivo
5. Se modifica las características acorde a nuestras necesidades y está listo para usar.



56



6.8. Difusión

En primera instancia este trabajo debe considerarse como un material de apoyo para promover el uso de las tecnologías en las empresas de alojamiento, por lo tanto los principales involucrados y beneficiarios son los propietarios y trabajadores de los hoteles quienes deben conocer los principales beneficios que les propone este trabajo permitiéndoles mejorar los ingresos económicos y la calidad de vida de sus familias.

Mediante un acercamiento a las personas que están involucradas en actividades turísticas hoteleras, entre empresarios, propietarios y trabajadores de los diferentes establecimientos localizados en la ciudad de Ibarra se dará a conocer el propósito de la creación de ALOJATIC “Guía Metodológica de TIC para Establecimientos Hoteleros”. Para impulsar esta iniciativa es necesario el apoyo de las entidades públicas y privadas para la impresión y distribución de la Guía.

La propuesta alternativa será difundida a través de la entrega física y digital de la Guía ALOJATIC tanto a los propietarios como a los trabajadores de las empresas turísticas del sector hotelero de la ciudad de Ibarra.

6.8.1. Costos de Inversión.

Tabla 33

Costos de Diseño y Difusión de la Guía

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Diseñador	1	\$150,00	\$ 150,00
Impresión	300	\$ 5,00	\$1.500,00
TOTAL			\$1.650,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora, 2015

6.9. Impacto de la Propuesta

6.9.1. Impacto Social.

La guía metodológica de las TIC en los establecimientos Hoteleros tendrá un impacto social muy importante por cuanto esta permitirá conocer a los empresarios la tecnologías necesarias que deben implementar en sus establecimientos de forma comprensible y práctica, permitiendo mejorar los proceso operacionales y comerciales de sus empresas y generando fuentes de empleo dinamizando la economía de la zona.

6.9.2. Impacto Económico.

La creación de una guía metodológica de las TIC más usadas en los establecimientos Hoteleros tiene un impacto positivo económicamente ya que permite a los empresario, propietarios y trabajadores hoteleros conocer más a fondo la utilización de las herramientas digitales y poder llegar a más clientes y percibir mejores ingresos económicos para mejorar la calidad de

vida de su empresa y familias, en sí, el mayor impacto que causará es el crecimiento económico para su beneficio y en la inserción en el colectivo hotelero de calidad.

6.9.3. Impacto Turístico.

Este trabajo servirá para que los establecimientos hoteleros apliquen de mejor manera las tecnologías en el ámbito operacional y comercial de sus empresas y extiendan sus oportunidades comerciales sin importar la categoría a la que pertenezcan. El sector hotelero podrá estar al mismo nivel competitivo de ciudades más desarrolladas, brindando un mejor servicio que repercutirá en la fidelización de sus clientes.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. Aguirre, C., & Velasco, C. (Mayo de 2012). Análisis de la situación económica productiva para identificar las potencialidades y debilidades del sector urbano del cantón Ibarra. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
2. Ander-Egg, E. y. (1996). *Cómo elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales* (13ª edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Hvmánitas.
3. Ávila. (2011). *Enciclopedia Virtual*. Obtenido de Eumed.Net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2i.htm>
4. Buhalis, D. (2003). *Tourism: Information Technology for strategic management*. London: Prentice Hall.
5. Business Cost Management,. (2015). *Reducción de costos en tiempos de crisis*. Obtenido de Evolución del Sector Hotelero: http://media.wix.com/ugd/24172d_781dec8ee5df4a0483a295d36881ebc4.pdf
6. Cabero, J. (2000). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*. Recuperado el 14 de 10 de 2014, de http://www.creadess.org/index.php?task=pdf&id=5733&option=com_myblog: <http://www.creadess.org/index.php/comparte/blog-creadess/blogs-creadess/pdf?id=5733>
7. Castells, M. (Enero de 2000). *Materials For An Exploratory Theory Of The Network*. Obtenido de British Journal of Sociology: <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/106.pdf>
8. Castells, M. (s.f.). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Obtenido de <http://gestiondelastics.tumblr.com/post/57077982784/el-rol-de-la-tecnologia-en-la-sociedad>
9. De Pablo, R. (2004). *Las nuevas tecnologías aplicadas al Turismo*. Madrid: Editorial Universitaria Ramon Areces.
10. Dehesa, G. (2000). *Comprender la Globalización*. Recuperado el 10 de 11 de 2014, de Revista Galega de Economía: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39190214>
11. Fernández, R. (2011). *Las redes sociales como ejemplo de participación: casos y cuestiones*. Obtenido de Libertades de expresión e información en Internet y las redes: ejercicio, amenazas y garantías: <http://www.uv.es/cotino/elibertades2010.pdf>

12. Ferri, J. M. (2005). Nuevos enfoques en el estudio económico del turismo. En J. M. Ferri, *Nuevos enfoques en el estudio económico del turismo* (pág. 233). Madrid: FUNCA.
13. Franklin, E. B. (1997). *Organización de Empresas*. México: McGraw-Hill.
14. Gutierrez, & Rojas. (Marzo de 2008). *El gobierno electrónico como creador de condiciones para la apropiación de los ciudadanos y propiciador de una ciudadanía e identidad cultural en Venezuela basada en el uso de las TIC*. Obtenido de <http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/3992/1/TESIS-gutierrez%20y%20rojas.pdf>
15. Haag, Cummings, & Mccubbrey. (2004). *Management information systems for the information age. (4th Edition)*. New York: McGraw-Hill.
16. Hernandez, L., & Jimenez, W. (2013). *Turismo: Tendencias Globales y Planificación Estratégica* (Primera Edición ed.). Bogotá: Ecoediciones.
17. Icart, F. y. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación*. Barcelona: Univers. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=5CWKWi3woi8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
18. (2014). *Informe sobre Medición de la Sociedad de la Información*. Ginebra Suiza.
19. Jiménez, M., González, F., Serna, R., & Fernández, M. (2009). *Expresión y comunicación*. Editex.
20. Martínez, J. M. (2006). *El Uso de las Tecnologías de la Información en el Sector Hotelero*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/sio.html>
21. MINTUR. (09 de Enero de 2008). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf>
22. Naciones Unidas. (2000). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
23. Naranjo, M. (Octubre de 2010). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/hsbazo76dbvb0873wkb44e8150dwqs.pdf>

24. Organización Mundial del Turismo. (2015). *Hotel Classification Systems*. Madrid: Unwto.
25. Ospina, J. (21 de Junio de 2010). *CRM, ¿Cuál es la definición?* Recuperado el 15 de Agosto de 2015, de Jaime Ospina Blog: <https://jaimeospina.wordpress.com/2010/06/21/crm-cual-es-la-definicion/>
26. Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos aires: Paidós.
27. Ramírez, S. & Vieira, E. (2006). *Comunicaciones y conectividad para Colombia*. Bogotá: Policy paper No. 18.
28. Reglamento General de Actividades Turísticas. (17 de Diciembre de 2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/reglamentogeneraldeactividadesturisticas1.pdf>
29. Rojas. (1999). *En Dirección a la Postcomunicación*. *Revista Telo*. Recuperado el 21 de 01 de 2015, de Revista digital razon y palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/asilva.html>
30. Sheldon, P. (1997). *Tourism Information Technology*. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517708000162>
31. Sheldon, P. (2001). *Nuevas Tecnologías al Servicio de las Empresas de Turismo y Ocio*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/hoteles-guayaquil.html>
32. Silva, A. (29 de Abril de 2013). *Hotelería en Ecuador*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0_WStfjRnvlJ:gye.ecomundo.edu.ec/doc_aula_virtual_ecotec/tareas/2013D1/COM170/alum/2013400081_3153_2013D1_COM170_TALLER_WORDS.docx+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec
33. Silva, A. S. (s.f.). *Razon y Palabra*. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de La Globalización Cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibersociedad: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/asilva.html>
34. Souza Silva, J. (2001). *¿Una época de cambios o un cambio de época? Elementos de referencia para interpretar las contradicciones del momento actual*. Obtenido de Boletín ICCI "RIMAY": <http://icci.nativeweb.org/boletin/25/souza.html>
35. Thompson, I. (Julio de 2015). *MarketingIntensivo.com*. Recuperado el 15 de 01 de 2016, de *Que es el Marketing Digital?*:

<http://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-el-marketing-digital.html>

36. Torre, F. d. (2009). *Administración hotelera 1 : división cuartos*. Trillas: Trillas.
37. *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. (2011). Barcelona, España: LEXUS.
38. Valencia, J. (1999). *Consejo superior de Turismo de America Latina*. Obtenido de Viajes y Turismo: <http://www.viajesyturismoaldia.com/organismos-de-turismo/internacionales/confederacion-de-organizaciones-turisticas-de-america-latina/>
39. Valenzuela. (2007). Tesis Doctoral. La gestión del valor de la cartera de clientes y su efecto en el valor global de la empresa. En *Diseño de un modelo explicativo como una herramienta para la toma de decisiones estratégicas de marketing*. Universidad Complutense de Madrid.
40. Valenzuela, L. (2007). *Eprints*. Obtenido de <http://eprints.ucm.es/8064/1/T29976.pdf>
41. Vargas, S. L. (11 de 05 de 2015). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1377/turismo.html>
42. Vizney. (8 de 12 de 2014). *la Informatica en el Turismo*. Obtenido de <http://vizney-turismo.blogspot.com/>
43. Yépez, M. A. (2006). *Metodología para el Trabajo de Grado* (Tercera Edición ed.). Ibarra, Ecuador.

8. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Check-in: o registro de entrada, es el proceso en el que se deja constancia de la llegada de un cliente al hotel o alojamiento.

Check-out: es el proceso en que se realiza la liquidación/facturación de un cliente a su salida del hotel o alojamiento.

CRM: también se conoce como Customer Relationship Manager por sus siglas en inglés. Software informático orientado a la gestión de las administraciones de las relaciones con los clientes. Consiste en reunir la mayor cantidad de Información sobre los clientes para generar relación a largo plazo y aumentar así su grado de satisfacción.

E-mail marketing: Campaña publicitaria o envío de contenido informativo directamente a través de correo electrónico. Uso del correo electrónico para realizar acciones de marketing.

Fibra Óptica: es un medio de transmisión, empleado habitualmente en redes de datos y telecomunicaciones, consiste en un hilo muy fino de material transparente, vidrio o materiales plásticos, por el que se envían pulsos de luz que representan los datos a transmitir. Se utilizan ampliamente en telecomunicaciones, ya que permiten enviar gran cantidad de datos a una gran distancia, con velocidades similares a las de la radio y superiores a las de un cable convencional. Son el medio de transmisión por cable más avanzado.

Geolocalización: también conocida como georreferenciación, es un proceso de definición de un objeto en un espacio físico, mediante el cálculo de su localización en un sistema de coordenadas. En su aplicación más común, localiza objetos físicos (personas, lugares, etc.) en unas coordenadas geográficas.

Hardware: Es la parte que se puede ver del computador, es decir todos los componentes de su estructura física como: pantalla, el teclado, la torre y el ratón.

Intranet: red privada de ordenadores conectados entre sí con acceso a Internet. También se conoce por Intranet a las webs que permiten unir los distintos recursos informativos.

Motor de búsqueda o buscador: software o programa generalmente en formato web que permite a los usuarios que navegan por Internet encontrar información. Estos programas suelen valerse de índices creados sobre los sitios web para poder devolver al usuario los sitios web sobre los que buscan información.

Ofimática: es el conjunto de métodos, aplicaciones y herramientas informáticas que se usan en labores de oficina con el fin de perfeccionar, optimizar, mejorar el trabajo y operaciones relacionados. La palabra ofimática es un acrónimo compuesto de la siguiente manera ofi (oficina) y mática (informática).

En referencia a lo anterior, la estructura ofimática abarca desde computadoras, impresoras, escáneres conectados mediante una red de área local hasta teléfonos y equipos de fax.

Las herramientas o medios ofimáticos permiten idear, elaborar, ceder, guardar todas las informaciones necesarias en una oficina. Las herramientas de ofimática son: procesamiento de texto, base de datos, hojas de cálculo, programas de correo electrónico, suite ofimática, calculadora, agendas, entre otros programas.

Red Social: se trata de una plataforma de comunicaciones en la que la gente que se conoce o que quiere conocerse puede conectarse, en ella se

centralizan los recursos como fotos y vídeos. Los recursos se son administrados por los propios usuarios.

Twitter: red social que permite enviar y recibir pequeños mensajes dirigidos a una red de seguidores, los mensajes o post no pueden exceder de 140 caracteres.

Sistema de Centralización de Reservas: Los se pueden definir como sofisticados sistemas informáticos que conectan a los proveedores de servicios turísticos con sus distribuidores de plazas a través de terminales informáticas. Proporcionando a los segundos información al día de tarifas aéreas y servicios que permiten a los usuarios reservar, cambiar y cancelar reservas, así como emitir billetes.

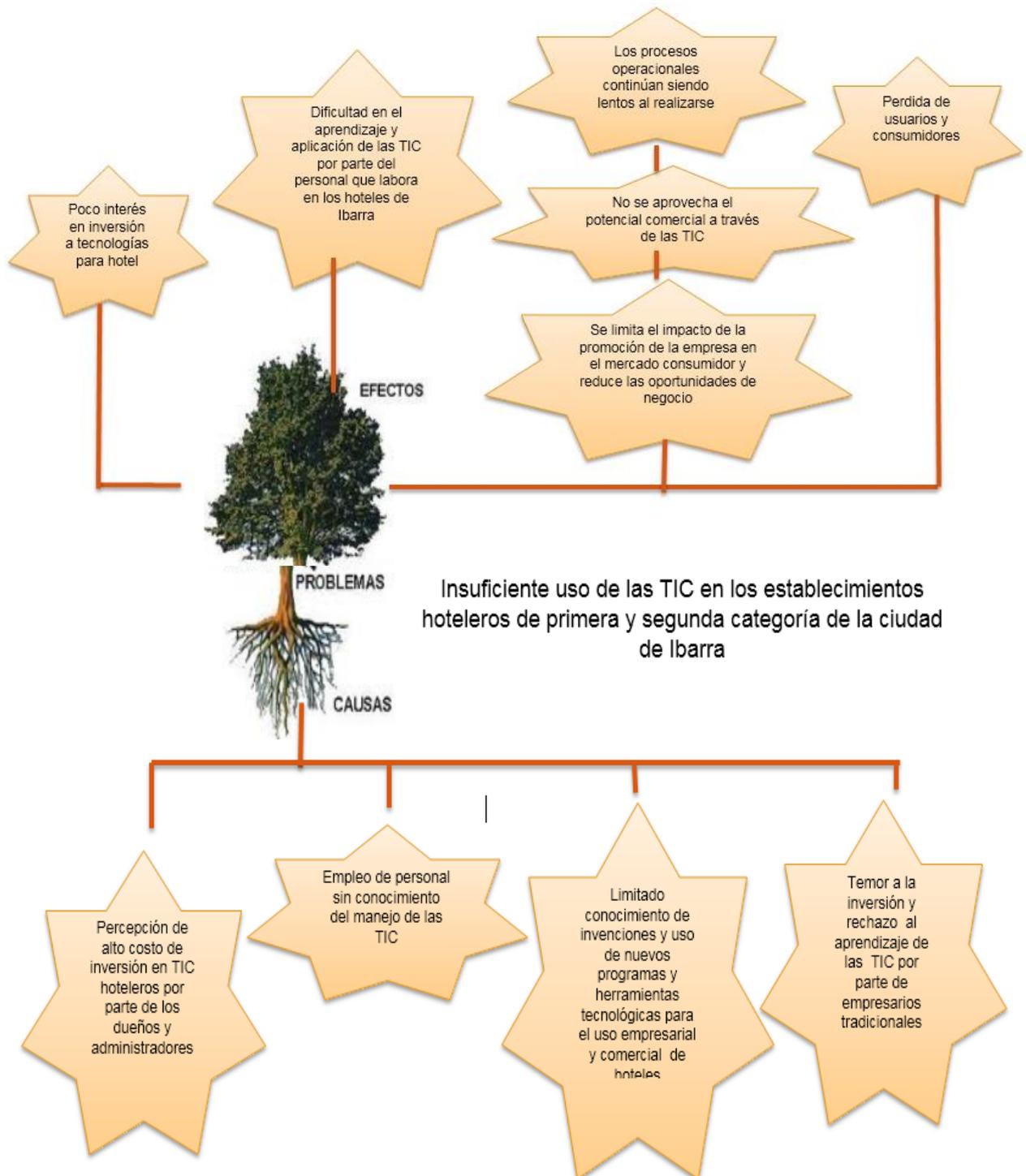
Están especializados en canalizar las reservas de plazas aéreas y de servicios de todas las empresas vinculadas a la central en tiempo real. Además proporcionan sus suscriptores información actualizada periódicamente sobre las tarifas aéreas, servicios de alojamiento y alquiler de coches.

Software: Son los programas informáticos que hacen posible la realización de tareas específicas en un computador. Por ejemplo Word, Excel, PowerPoint, los navegadores web, los juegos, los sistemas operativos, entre otros.

Wi-Fi: acrónimo de Wireless Fidelity (Fidelidad inalámbrica). Sistema que permite la conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica.

9. ANEXOS

9.1. Árbol de Problema



9.2. Matriz de Coherencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Insuficiente uso de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la insuficiente utilización de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra?

OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN

Analizar la utilización de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra como elemento base para la creación de una propuesta que ayude a los empresarios a usar de mejor manera las tecnologías en beneficio propio y de sus clientes.

TÍTULO DEL TRABAJO

Usos de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los establecimientos de Hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra

OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Establecer una Guía que ayude a implementar y mejorar el acceso, uso y adopción de las de TIC en los establecimientos hoteleros con la finalidad de transmitir a los empresarios y trabajadores lo valioso de usar las Tecnologías.

INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra?

¿Qué herramientas tecnológicas actualmente utilizan las empresas de alojamiento en los procesos operacionales?

¿Cuáles son las principales herramientas tecnológicas que utilizan los hoteles de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra para la comercialización de sus servicios?

¿Cómo desarrollar una metodología útil sobre las TIC que mejore el proceso operacional y comercial de los establecimientos hoteleros?

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.
- Determinar los equipos tecnológicos que actualmente utilizan las empresas de alojamiento en los procesos operacionales.
- Identificar las principales herramientas tecnológicas utilizadas para la promoción y comercialización de sus servicios.
- Diseñar una Guía Metodológica sobre las TIC que mejore el proceso operacional y comercial de los establecimientos hoteleros.

9.3. Matriz Metodológica

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	METODO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Analizar la utilización de las TIC en los establecimientos de hospedaje de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra como elemento base para la creación de una propuesta que ayude a los empresarios a usar de mejor manera las tecnologías en beneficio propio y de sus clientes.	Identificar los establecimientos hoteleros de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.	Investigación Documental Investigación de Campo	Recolección de Información	Fichas de recolección de Información	Fichas de observación
	Determinar los equipos tecnológicos que actualmente utilizan las empresas de alojamiento en los procesos operacionales.	Investigación de Campo	Recolección de Información Inductivo-Deductivo Analítico- Sintético	Fichas de Registro	Fichas
	Identificar las principales herramientas tecnológicas utilizadas para la promoción y comercialización de sus servicios.	Investigación de Campo	Inductivo-Deductivo Analítico- Sintético	Fichas de Registro Encuesta	Fichas Preguntas
	Diseñar una Guía Metodológica sobre las TIC que mejore el proceso operacional y comercial de los establecimientos hoteleros.	Investigación de Campo Investigación Bibliográfica Investigación Propositiva	Recolección de Información	Fichas de Registro	Preguntas

9.4. Catastro de Establecimientos Hoteleros

Tabla 34

Catastro Turístico de Ibarra

Categoría	Alojamiento	Dirección
Primera	Del Río	Juan Montalvo 4-55 Y Flores
Primera	Imperio del Sol	Autopista Yahuarcocha km. 9 1/2
Segunda	Fevilamir	Juan Francisco Cevallos 1-53 y obispo Mosquera
Segunda	Palma Real	Av. Mariano Acosta 16-59
Segunda	Paraje el Ensueño	Hernán González de Saá 22-39 vía Yuyucocha
Segunda	El Portal	Simón Bolívar 9-75 y Colón
Segunda	Sueño Real	Av. Víctor Manuel Guzmán 1-06 Y Juan León Mera
HOSTALES RESIDENCIAS		
Primera	Plaza Victoria	Simón Bolívar 12-101 Y Obispo Mosquera
Segunda	El Callejón	Pedro Moncayo 7-38 y Sánchez Cifuentes
Segunda	Laguna	Av. Mariano Acosta # 12-17
Segunda	San Fernando plaza	Velasco 7-46 y Olmedo
HOSTERÍAS		
Primera	Cananvalle	Sector Cananvalle a 500 mts. Pensionado Atahualpa
Primera	Chorlaví	Panamericana Sur km. 4
Primera	La Estelita	Vía a Yuracucito KM. 5
Primera	El Prado	Panamericana Norte Km 1 1/ El Olivo
Primera	San Andrés Lodge & Spa	13 de Abril 17-54 y Esmeraldas
Segunda	Quinta San Miguel	Pueblo de Yahuarcocha Km. 4.
Segunda	El Rancho de Carolina	Yahuarcocha / Panamericana Sur, Km. 4.
HOTELES		
Primera	Ajaví	Av. Mariano Acosta 16-38
Primera	La Giralda	Av. Atahualpa y Juan Francisco Bonilla
Segunda	Confort Colombia	Jaime Rivadeneira 2-22 y Elías Almeida
Segunda	El Conquistador	Calixto Miranda S-127 y Emilio Grijalva
Segunda	Montecarlo	Av. Jaime Rivadeneira 5-55 y Oviedo
Segunda	Nueva Estancia	García Moreno 7-58 y Sánchez Cifuentes
Segunda	Sierra Norte	Av. Mariano Acosta y Manuela Cañizares
Segunda	Turismo Internacional	Juan Hernández y Rafael Troya
HOTELES RESIDENCIAS		
Segunda	Royal Ruíz	Olmedo 9-40 y Pedro Moncayo
Segunda	Madrid # 1	Olmedo 8-69 y Pedro Moncayo

Fuente: Dirección de Turismo- GAD Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

9.5. Capacidad Hotelera

Tabla 35

Capacidad Hotelera de la ciudad de Ibarra 2015

Capacidad Hotelera de la ciudad de Ibarra 2015			
Categoría	Establecimiento Alojamiento	No. Hab.	No. Plazas
HOSTALES			
Primera	Del Río	12	24
Primera	Imperio del Sol	24	48
Segunda	Fevilamir	16	31
Segunda	Palma Real	17	44
Segunda	Paraje el Ensueño	14	28
Segunda	El Portal	24	48
Segunda	Sueño Real	28	51
HOSTALES RESIDENCIAS			
Primera	Plaza Victoria	16	38
Segunda	El Callejón	12	38
Segunda	Laguna	18	36
Segunda	San Fernando plaza	13	47
HOSTERÍAS			
Primera	Cananvalle	11	22
Primera	Chorlaví	51	120
Primera	La Estelita	11	30
Primera	El Prado	50	103
Primera	San Andrés Lodge & Spa	6	14
Segunda	Quinta San Miguel	12	30
Segunda	El Rancho de Carolina	16	50
HOTELES			
Primera	Ajaví	55	108
Primera	La Giralda	32	80
Segunda	Confort Colombia	21	57
Segunda	El Conquistador	24	48
Segunda	Montecarlo	36	91
Segunda	Nueva Estancia	32	73
Segunda	Sierra Norte	30	62
Segunda	Turismo Internacional	43	104
HOTELES RESIDENCIAS			
Segunda	Royal Ruíz	30	55
Segunda	Madrid	10	19
TOTAL		664	1499
Capacidad Ocupacional Mensual			44,970

Fuente: Dirección de Turismo- GAD Ibarra

Elaborado por: La Autora, 2015

9.6. Ficha de Registro N° 1

EQUIPOS Y PROGRAMAS TECNOLÓGICOS DE USO INTERNO PARA LAS EMPRESA HOTELERAS												
CATEGORÍA	INDICADORES	Ordenadores			Sistema Telefónico	Ofimática (Excel, Word...)	Internet	Intranet (Red Interna)	Extranet	Software Informático de Gestión	Motor de Reservas	Sistema de tele-vigilancia
		Escritorio	Portátil	Móviles								
	ESTABLECIMIENTOS											
Primera	AJAVÍ											
Primera	EL PRADO											
Primera	SAN ANDRÉS LODGE &											
Primera	IMPERIO DEL SOL											
Primera	LA GIRALDA											
Primera	LA ESTELITA											
Primera	CANANVALLE											
Primera	CHORLAVÍ											
Primera	DEL RÍO											
Primera	PLAZA VICTORIA											
Segunda	ROYAL RUÍZ											
Segunda	RANCHO DE CAROLINA											
Segunda	QUINTA SAN MIGUEL											
Segunda	FEVILAMIR											
Segunda	SAN FERNANDO PLAZA											
Segunda	SIERRA NORTE											
Segunda	SUEÑO REAL											
Segunda	LAGUNA											
Segunda	TURISMO INTERNACIONAL											
Segunda	MADRID											
Segunda	COLOMBIA CONFORT											
Segunda	MONTECARLO											
Segunda	NUEVA ESTANCIA											
Segunda	PALMA REAL											
Segunda	EL CALLEJÓN											
Segunda	PARAJE EL ENSUEÑO											
Segunda	EL CONQUISTADOR											
Segunda	EL PORTAL											

9.7. Ficha de Registro N° 2

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN HOTELERA AL SERVICIO DEL HUÉSPED														
CATEGORÍA	INDICADORES	Tv en Habitaciones	Tipo de Pantalla de TV	Inteligencia ambiental	Conexión a Internet	Sistema de Pago Electrónico								
		TV satélite	TV por cable	TV interactiva	Pantalla CRT	Pantalla LCD	Pantalla LED	Áreas Complementarias	Corredores	Todo el Establecimiento	Por Áreas	Tarjeta de Crédito	Dinero Electrónico	Transferencia bancaria
	ESTABLECIMIENTOS													
Primera	AJAVÍ													
Primera	EL PRADO													
Primera	SAN ANDRÉS LODGE & SPA													
Primera	IMPERIO DEL SOL													
Primera	LA GIRALDA													
Primera	LA ESTELITA													
Primera	CANANVALLE													
Primera	CHORLAVÍ													
Primera	DEL RÍO													
Primera	PLAZA VICTORIA													
Segunda	ROYAL RUÍZ													
Segunda	RANCHO DE CAROLINA													
Segunda	QUINTA SAN MIGUEL													
Segunda	FEVILAMIR													
Segunda	SAN FERNANDO PLAZA													
Segunda	SIERRA NORTE													
Segunda	SUEÑO REAL													
Segunda	LAGUNA													
Segunda	TURISMO INTERNACIONAL													
Segunda	MADRID													
Segunda	COLOMBIA CONFORT													
Segunda	MONTECARLO													
Segunda	DEL PILAR													
Segunda	NUEVA ESTANCIA													
Segunda	PALMA REAL													
Segunda	EL CALLEJÓN													
Segunda	PARAJE EL ENSUEÑO													
Segunda	EL PORTAL													

9.8. Ficha de Registro N° 3

TIC PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS HOTELEROS										
CATEGORÍA	INDICADORES	Páginas Web			Redes Sociales			Correo Electrónico	Ge Localización del Hotel	Portales de Reserva
		Móviles	Tabletas	Computadores	YouTube	Facebook	Twitter			
	ESTABLECIMIENTOS									
Primera	AJAVÍ									
Primera	EL PRADO									
Primera	SAN ANDRÉS LODGE & SPA									
Primera	IMPERIO DEL SOL									
Primera	LA GIRALDA									
Primera	LA ESTELITA									
Primera	CANANVALLE									
Primera	CHORLAVÍ									
Primera	DEL RÍO									
Primera	PLAZA VICTORIA									
Segunda	ROYAL RUÍZ									
Segunda	RANCHO DE CAROLINA									
Segunda	QUINTA SAN MIGUEL									
Segunda	FEVILAMIR									
Segunda	SAN FERNANDO PLAZA									
Segunda	SIERRA NORTE									
Segunda	SUEÑO REAL									
Segunda	LAGUNA									
Segunda	TURISMO INTERNACIONAL									
Segunda	MADRID									
Segunda	COLOMBIA CONFORT									
Segunda	MONTECARLO									
Segunda	DEL PILAR									
Segunda	NUEVA ESTANCIA									
Segunda	PALMA REAL									
Segunda	EL CALLEJÓN									
Segunda	PARAJE EL ENSUEÑO									
Segunda	EL PORTAL									

9.9. Ficha de Observación N° 4

	UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FECYT Ing. En Turismo	
Nombre del Establecimiento:		
Ubicación:		
Tipo:	Categoría:	
DATOS GENERALES		
Dirección:		
Teléfono:		
Celular:		
Website:		
E-mail:		
<u>Equipamiento de Habitaciones</u>	<u>Servicios</u>	

9.10. Formato de Encuesta a Clientes de los Establecimientos Hoteleros

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FECYT Ing. En turismo	
Encuesta dirigida a los Clientes de los Establecimientos Hoteleros de Ibarra		
Estimado Sr. (a):		
La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información sobre el uso de las TIC (Tecnologías de Información y de Comunicación) en los servicios de alojamiento de primera y segunda categoría de la ciudad de Ibarra.		
No está demás enfatizar que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad.		
Encuestador: Andrea Trujillo		
Fecha:		
INSTRUCCIONES:		
✓ Conteste las siguientes interrogantes con responsabilidad y honestidad		
✓ Marque con una X donde corresponda		
1.- Datos Informativos		
1.1. Nivel de Educación		
<input type="checkbox"/> Primario		
<input type="checkbox"/> Secundario		
<input type="checkbox"/> Universitario		
<input type="checkbox"/> Posgrado		
<input type="checkbox"/> Otros.....		
2. TIC usadas por el Encuestado(a)		
2.1. ¿Qué equipos utiliza habitualmente para conectarse? Elija una opción.		
<input type="checkbox"/> Smartphone		
<input type="checkbox"/> computadora portátil		
<input type="checkbox"/> Computador de Escritorio		
<input type="checkbox"/> Tablet, ipad o similares		
2.2. ¿Es fundamental para usted que la empresa tenga Internet inalámbrico?		
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		
2.3. ¿Cómo se enteró de la existencia del establecimiento en el cual está hospedado?		
<input type="checkbox"/> Recomendación de familiar o amigo		
<input type="checkbox"/> Buscador en la Web		
<input type="checkbox"/> Oficina de turismo		
<input type="checkbox"/> Web de viajes		
<input type="checkbox"/> Web de Ge localización (google earth, google maps)		
<input type="checkbox"/> Web propia del alojamiento		
<input type="checkbox"/> Redes sociales (Facebook, Twitter?)		

2.4. ¿De qué manera prefiere confirmar la reserva de una habitación?

- Vía web
- Correo
- Telefónicamente

2.5. Según su criterio ¿qué considera más importante en una web turística? Elija una opción.

- Contenidos bien organizados
- Sea visualmente atractiva
- Permita consultar tarifas
- Que tenga imágenes de los servicios ofertados
- Que permita hacer reservas o pagos
- Incluya la valoración de otros usuarios
- Permite descargar información

2.6. ¿Qué tipo de información consulta en las redes sociales? Elija una opción.

- Información de alojamiento turístico
- Servicios que oferta el alojamiento turístico
- Video, fotos para ser compartidos
- Opiniones de otros usuarios

3. TIC manejadas en el Hotel

3.1. ¿Cómo considera el nivel de tecnología que posee la empresa hotelera que visita?

- Alto
- Medio
- Bajo

3.2. ¿Considera que las empresas hoteleras deberían tener una mayor preparación en Tecnología?

- Sí
- No

¿Por qué?

.....
.....

Gracias por su Colaboración

9.11. Porcentaje De Plagio

Re: [Urkund] 7% de similitud - acte1990@gmail.com Recibidos x

 **Nhora Benítez** <nmbenitez@utn.edu.ec>
para mí ▾

Haga clic para acceder al análisis:
<https://secure.arkund.com/view/14379362-966281-410274>

Nhora Benítez Bastidas
Coordinadora Carrera Turismo - UTN
Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología.
Edificio 9, Planta Baja (Coordinaciones).
Av. 17 de Julio 5-21, Sector el Olivo.
Telf UTN: 593-6299-7800
www.utn.edu.ec
Telf: 0986-102031
skype: nhora2014

URKUND

Document	Marco Teórico DECIMO.docx (D14361421)
Submitted	2015-05-15 13:23 (-05:00)
Submitted by	ANDREA TRUJILLO (acte1990@gmail.com)
Receiver	nmbenitez.utn@analysis.arkund.com
Message	Marco Teórico. Andrea Trujillo Show full message

7% of this approx. 22 pages long document consists of text present in 10 sources.