



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” MANABÍ

FACULTAD EDUCACIÓN, TURISMO, ARTE Y HUMANIDADES

CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS
HOTELERAS Y RESTAURANTES DE MANTA.**

AUTORES:

JOEL ORLEY VILLA ALCIVAR

MARÍA ISABEL ESPINALES ANCHUNDIA

TUTOR:

ING. ANTHONY NAVARRETE

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS HOTELERAS Y RESTAURANTES DE MANTA**” ha sido realizado y concluido por el estudiante María Isabel Espinales Anchundia y Joel Orley Villa Alcivar; el mismo que ha sido aprobado por los miembros del tribunal.

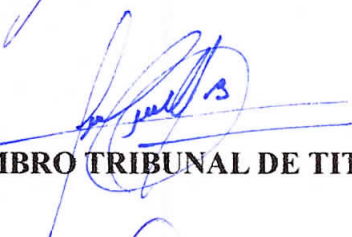
El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos mínimos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:



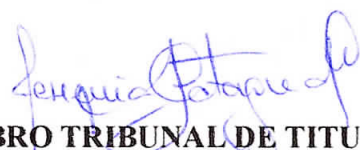
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Espinales Anchundia María Isabel
GRADUADA



MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Ing. Anthony Fernando Navarrete Garcia
DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN



Villa Alcivar Joel Orley
GRADUADO

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

ESPINALES ANCHUNDIA MARIA ISABEL, portadora de la C. I. # 1314202720 y **VILLA ALCIVAR JOEL ORLEY** portador de la C. I. # 1316245701 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS HOTELERAS Y RESTAURANTES DE MANTA”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 3 febrero de 2026

ESPINALES ANCHUNDIA MARIA ISABEL

Autor/a

VILLA ALCIVAR JOEL ORLEY

Autor/a

AUTORÍA

El presente trabajo se realizó previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo pertenece exclusivamente a los autores, de la manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.



María Isabel Espinales Anchundia
C.I. 1314202720



Joel Orley Villa Alcivar
C.I. 1316245701

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante ESPINALES ANCHUNDIA MARIA ISABEL, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN."*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Viernes, 06 de febrero de 2026.

Lo certifico,


 NAVARRETE GARCIA ANTHONY FERNANDO
Docente Tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

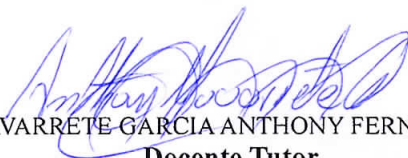
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante VILLA ALCIVAR JOEL ORLEY, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(2), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS HOTELERAS Y DE RESTAURACIÓN"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Viernes, 06 de febrero de 2026.

Lo certifico,


 NAVARRETE GARCIA ANTHONY FERNANDO
Docente Tutor

AGRADECIMIENTO

Los autores expresan su más sincero agradecimiento a dios por brindarnos la fortaleza, constancia y sabiduría necesarias para culminar con éxito esta etapa académica.

De manera especial, extendemos nuestro profundo reconocimiento al docente Emil Vera, por su valioso acompañamiento, orientación académica y compromiso durante el desarrollo del presente trabajo, cuyas enseñanzas y aportes fueron fundamentales para el logro de los objetivos planteados.

Asimismo, agradecemos de forma especial a nuestro tutor de tesis, por su guía permanente, sus observaciones oportunas y su disposición para dirigirnos con profesionalismo y responsabilidad a lo largo de todo el proceso investigativo.

Finalmente, agradecemos a nuestras familias por su apoyo incondicional, comprensión y motivación constante, así como a todas aquellas personas que, de una u otra manera, contribuyeron a la culminación de este trabajo.

Joel Orley Villa Alcívar

María Isabel Espinales Anchundia

DEDICATORIA.

Dedico el presente trabajo, en primer lugar, a dios, por ser mi guía y fortaleza en cada etapa de mi formación académica, brindándome la perseverancia necesaria para alcanzar este objetivo.

A mi familia, por su apoyo incondicional, paciencia y confianza, quienes han sido el pilar fundamental durante todo este proceso y me han motivado a no rendirme ante las dificultades.

De manera especial, dedico este logro a todas aquellas personas que, con sus consejos, palabras de aliento y ejemplo, contribuyeron a mi crecimiento personal y académico, impulsándome a seguir adelante con responsabilidad y compromiso.

Este trabajo representa el esfuerzo, la dedicación y la constancia depositados a lo largo de mi vida estudiantil.

Joel Orley Villa Alcívar

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo, en primer lugar, a dios, por brindarme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para culminar con éxito esta etapa de mi formación académica.

A mi familia, por su apoyo incondicional, amor y confianza, quienes han sido un pilar fundamental a lo largo de este proceso y me han motivado a seguir adelante a pesar de las dificultades.

De manera especial, dedico este logro a todas aquellas personas que, con su acompañamiento, consejos y palabras de aliento, contribuyeron a mi crecimiento personal y académico, siendo parte importante de este camino.

Este trabajo representa el esfuerzo, la constancia y el compromiso asumidos durante mi vida estudiantil.

María Isabel Espinales Anchundia

Resumen.

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el nivel de implementación de nuevas tecnologías en las empresas hoteleras y de restaurantes del cantón Manta, así como su incidencia en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a clientes, funcionarios y propietarios de los establecimientos del sector. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva y correlacional, con un diseño no experimental y transversal, lo que permitió analizar la situación real de la adopción tecnológica sin manipular las variables de estudio. Los datos obtenidos fueron procesados y analizados a través de técnicas estadísticas descriptivas, complementadas con la interpretación cualitativa de las percepciones de los actores involucrados. Los resultados evidenciaron que la implementación de nuevas tecnologías en el sector hotelero y de restaurantes de Manta se encuentra en un nivel intermedio, caracterizado por avances parciales y una adopción limitada de herramientas tecnológicas moderna. Se concluye de esta manera que la incorporación planificada y estratégica de nuevas tecnologías representa una oportunidad significativa para mejorar la competitividad, eficiencia y calidad del servicio en las empresas hoteleras y de restaurantes del cantón Manta.

Palabras clave: tecnología, sector hotelero, restaurantes, innovación, satisfacción del cliente

Abstract.

The objective of this research was to analyze the level of implementation of new technologies in hotel and restaurant companies in the canton of Manta, as well as their impact on operational efficiency and customer satisfaction. The study was conducted using a mixed approach, combining quantitative and qualitative methods, through the application of surveys aimed at customers, employees, and owners of establishments in the sector. The methodology used was descriptive and correlational, with a non-experimental and cross-sectional design, which allowed for the analysis of the actual situation of technology adoption without manipulating the study variables. The data obtained were processed and analyzed using descriptive statistical techniques, complemented by a qualitative interpretation of the perceptions of the actors involved. The results showed that the implementation of new technologies in the hotel and restaurant sector in Manta is at an intermediate level, characterized by partial advances and limited adoption of modern technological tools. It is thus concluded that the planned and strategic incorporation of new technologies represents a significant opportunity to improve competitiveness, efficiency, and service quality in hotel and restaurant businesses in the canton of Manta.

Keywords: technology, hotel industry, restaurants, innovation, customer satisfaction

Contenido

CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
3. OBJETIVOS	5
3.1. Objetivo General	5
3.2. Objetivos específicos	5
4. MARCO TEORICO.....	6
4.1. Turismo.....	6
4.2. Procesos aplicados por la OMT en las últimas décadas.	7
4.3. Empresa Turística.....	9
4.4. Hospitalidad en hotelería	11
4.5. Tipos de empresas de alojamiento.....	12
4.6. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el sector turístico.	13
4.7. Sistemas de gestión hotelera y turística.....	13
4.8. Plataformas de reservas online y canales digitales.	14
4.9. Tecnologías aplicadas en restaurantes.....	15
4.10. Tecnologías emergentes en el turismo.	15
CAPITULO II	17

5.	DISEÑO METODOLÓGICO.	17
5.1.	Enfoque de la investigación	17
5.2.	Diseño de la investigación	18
5.3.	Población y muestra	19
5.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
6.	RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.	21
6.1.	Análisis de resultados.	21
6.2.	Discusión de resultados.	50
7.	CONCLUSIONES.....	53
8.	RECOMENDACIONES.	54
9.	Referencias.....	55

Tabla de ilustraciones.

Ilustración 1 Procesos implementados por la OMT en la última década :.....	7
Ilustración 2: uso de tecnologías modernas en los hoteles o restaurantes	21
Ilustración 3: Importancia del uso de tecnología en servicios al cliente	22
Ilustración 4: Uso de servicios digitales en la reservación o atención individualizada ..	23
Ilustración 5: Inconvenientes relacionados con el uso de tecnologías.....	24
Ilustración 6: Preferencias de atención por parte de clientes	25
Ilustración 7: Utilidad de la tecnología.....	26
Ilustración 8: Satisfacción de los clientes a partir del uso de medios tecnológicos	27
Ilustración 9: Relación de la tecnología y la rapidez del servicio	28
Ilustración 10: Recomendación de instalaciones con mejores tecnológicas	29
Ilustración 11: Nivel tecnológico de hoteles y restaurantes en Manta	30
Ilustración 12: Capacitaciones al personal sobre uso de tecnologías.....	31
Ilustración 13: Adaptación del personal al uso de nuevas tecnologías :.....	32
Ilustración 14: La inteligencia artificial como reemplazo al personal humano	33
Ilustración 15: Tipo de tecnología utilizada en instalaciones de hoteles y restaurantes	34
Ilustración 16: Barreras que enfrentan la implementación de nuevas tecnologías	35
Ilustración 17: Frecuencia con la que se actualiza la tecnología en las instalaciones ..	36
Ilustración 18: Tecnologías que deben aplicarse en hoteles y restaurantes	37
Ilustración 19: Nuevas tecnologías y la mejora en la eficiencia operativa	38
Ilustración 20: Impacto del uso de las tecnologías en la calidad del servicio brindado a los clientes	39
Ilustración 21: Nivel de innovación tecnológica en hoteles y restaurantes	40

Ilustración 22: Nivel de conocimiento de colaboradores.....	41
Ilustración 23: Barreras que dificultan la implementación de nuevas tecnologías	42
Ilustración 24: Importancia del uso de tecnologías en el éxito futuro de las empresas turísticas	43
Ilustración 25: Medida de implementación de nuevas tecnologías en los últimos años	44
Ilustración 26: Frecuencia con la que se utilizan los sistemas tecnológicos en los hoteles y restaurantes.....	46
Ilustración 27: Beneficios del uso de tecnologías en su negocio	47
Ilustración 28: Impacto de las nuevas tecnologías en la satisfacción del cliente	48
Ilustración 29: Áreas en las que la tecnología ocasionó mejora	49

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a Marmolejo (2021) las nuevas tecnologías son un conjunto de herramientas que han evolucionado y trascendido hasta impactar positivamente en el turismo, especialmente en los últimos años a partir del surgimiento de un gran conjunto de innovaciones a nivel digital que optimizan la atención y el tipo de servicio que se le brinda a los clientes. Considerando que el turismo se caracteriza por ser una industria en un cambio constante, alrededor del cual emergen algunas como las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TICS).

Entre las principales innovaciones se encuentra la Realidad Virtual que es una de las tecnologías interactivas que se aplican en tiempo real que utiliza algunos elementos agregados en una especie de triple dimensión que tienen una relación coherente y que pueden ser de impacto considerable para los usuarios, en el caso de los hoteles pueden usar aplicaciones que permitan facilitar la atención de las necesidades que tengan los usuarios de las instalaciones (Navarro, 2024).

Otras tecnologías nuevas como el uso de la Inteligencia Artificial (IA) y la Big Data, que se han diseñado para poder brindar a los usuarios una experiencia realmente personalizada en las instalaciones hoteleras, incluso se espera que estas tecnologías en el futuro puedan cumplir con funciones que hasta la actualidad se realizan por humanos. En este mismo sentido se utilizan otras herramientas como los chatbots que es una herramienta de fácil uso para los clientes en las páginas web de hoteles o centros de

eventos y recreación, este tipo de aplicaciones en la actualidad son indispensables en el campo de brindar respuestas rápidas ante quejas y demandas de los clientes (Rodríguez, 2019)

Aparte de todo lo ya manifestado el uso o implementación de mejoras tecnológicas se pueden aplicar en otros aspectos de los servicios turísticos como en la seguridad, este es el caso de lectores biométricos utilizados en el reconocimiento de usuarios o dueños de cuentas, también para reconocer el personal autorizado para poder acceder a sectores o áreas restringidas en estas instalaciones, el uso de drones para vigilar los sectores periféricos o limítrofes y el uso de Greencustomer para el control del consumo de energía eléctrica en las instalaciones.

Como se puede apreciar en los párrafos anteriores existen grandes innovaciones tecnológicas en el campo del turismo que en muchos países es una de las industrias con mayores proyecciones de crecimiento, esto hace que la tecnología transforme la sociedad a través de avances profundos y en este campo las mejoras son únicas a través de las personalizaciones tecnológicas que han mejorado la interacción con los potenciales clientes. Pero el desconocimiento del tema se convierte en una de sus mayores dificultades en su estudio por ello el objetivo de esta investigación es establecer como los avances tecnológicos podrían contribuir en la mejora de los servicios turísticos en diversos contextos aplicados en el sector del turismo del cantón Manta en la provincia de Manabí.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En las últimas décadas, el sector hotelero y de restauración ha experimentado transformaciones profundas impulsadas por los avances tecnológicos y las expectativas crecientes de los clientes. Las nuevas tecnologías (como sistemas de gestión, aplicaciones móviles, inteligencia artificial, automatización, Internet de las Cosas) ofrecen oportunidades para mejorar la eficiencia operativa, la experiencia del cliente, la personalización de servicios y la competitividad en el mercado (Moscardó Zaforteza, 2023)

En el caso de la ciudad de Manta en Ecuador, se ha consolidado hace casi dos décadas como uno de los principales destinos turísticos de toda la costa ecuatoriana, con un crecimiento sostenido en lo relacionado con el volumen de visitantes, ingresos y actividad hotelera y gastronómica durante los últimos años, un ejemplo sería que durante el feriado de fin de año la ocupación hotelera del cantón superó el 80% generando ingresos aproximados de 16 millones de USD con cerca de 90000 turistas registrados en unos pocos días, lo cual refleja la alta demanda de servicios turísticos en la ciudad.

En el cantón Manta actualmente se encuentran formalmente registrados cerca de 60 hoteles, hostales y hosterías; además de 320 establecimientos que brindan servicios turísticos entre hoteles, bares, restaurantes, operadores de viajes y otros servicios que se consideran como parte del sector turístico. En el caso específico de los hoteles y restaurantes se reportan alrededor de 38 hoteles y 173 restaurantes registrados formalmente, entre los cuales se consideran los comedores, picanterías, asaderos, entre

otros servicios gastronómicos que son fuente de empleo para miles de personas de la localidad y sus alrededores.

A pesar de todas estas cifras, no se cuenta con evidencia suficiente ni datos desagregados que indiquen el nivel de adopción tecnológica en estos establecimientos, la literatura académica y otros estudios evidencian que muchas empresas hoteleras y gastronómicas en este cantón siguen operando en base a métodos tradicionales, sin que se apliquen mejoras tecnológicas como es el caso de los sistemas de gestión digital, plataformas de reservas automatizadas, pagos electrónicos, análisis de datos y clientes, además de las herramientas de marketing digital, lo cual limita su capacidad competitiva en un mercado turístico que es cada vez más digitalizado.

Esta brecha entre el crecimiento cuantitativo del sector turístico y la falta de indicadores tecnológicos locales desagregados permite plantear la siguiente problemática:

¿Cómo afecta la limitada implementación de nuevas tecnologías a la eficiencia operativa, competitividad y calidad de los servicios en los hoteles y restaurantes del cantón Manta, considerando el crecimiento sostenido del turismo y la significativa contribución económica del sector?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Diagnosticar la aplicación e implementación de nuevas tecnologías en hoteles y restaurantes para el mejoramiento de la calidad del servicio dentro del cantón Manta.

3.2. Objetivos específicos

- Identificar las nuevas tecnologías que han sido implementadas en los hoteles y restaurantes del cantón Manta
- Analizar el grado de efectividad en la implementación de nuevas tecnologías en los procesos operativos y de atención al cliente en el Cantón Manta.
- Determinar las principales dificultades y oportunidades en la aplicación de nuevas tecnologías que favorezcan la implementación más efectiva para la mejora del servicio en el cantón Manta.

4. MARCO TEORICO

4.1. Turismo

La OMT, 2010 en su informe sobre la importancia del turismo sostenible para el futuro de la humanidad, describe al turismo como una opción más viable y sostenible de desarrollo económico; por cuanto los ingresos generados por este concepto se distribuyen en la sociedad a través de la cadena de valor; para ello, manifestó la importancia de centrar la gestión en atenuación de pobreza y así beneficiar a los grupos más pobres en países en desarrollo, un ejemplo de ello puede ser la práctica de turismo comunitario en localidades rurales (p. 44).

La celebración del Día Mundial del Turismo de 2016 tuvo como lema “Turismo para todos: promover la accesibilidad universal” en el cual se evidencia el incremento de los agentes públicos y privados a nivel internacional que promueven el turismo para todos disfrutando por igual sin importar su capacidad; adicionalmente, insta a la inclusión social mediante la implementación de buenas prácticas y facilidades turísticas para la accesibilidad universal a sitios de interés turístico.

4.2. Procesos aplicados por la OMT en las últimas décadas.

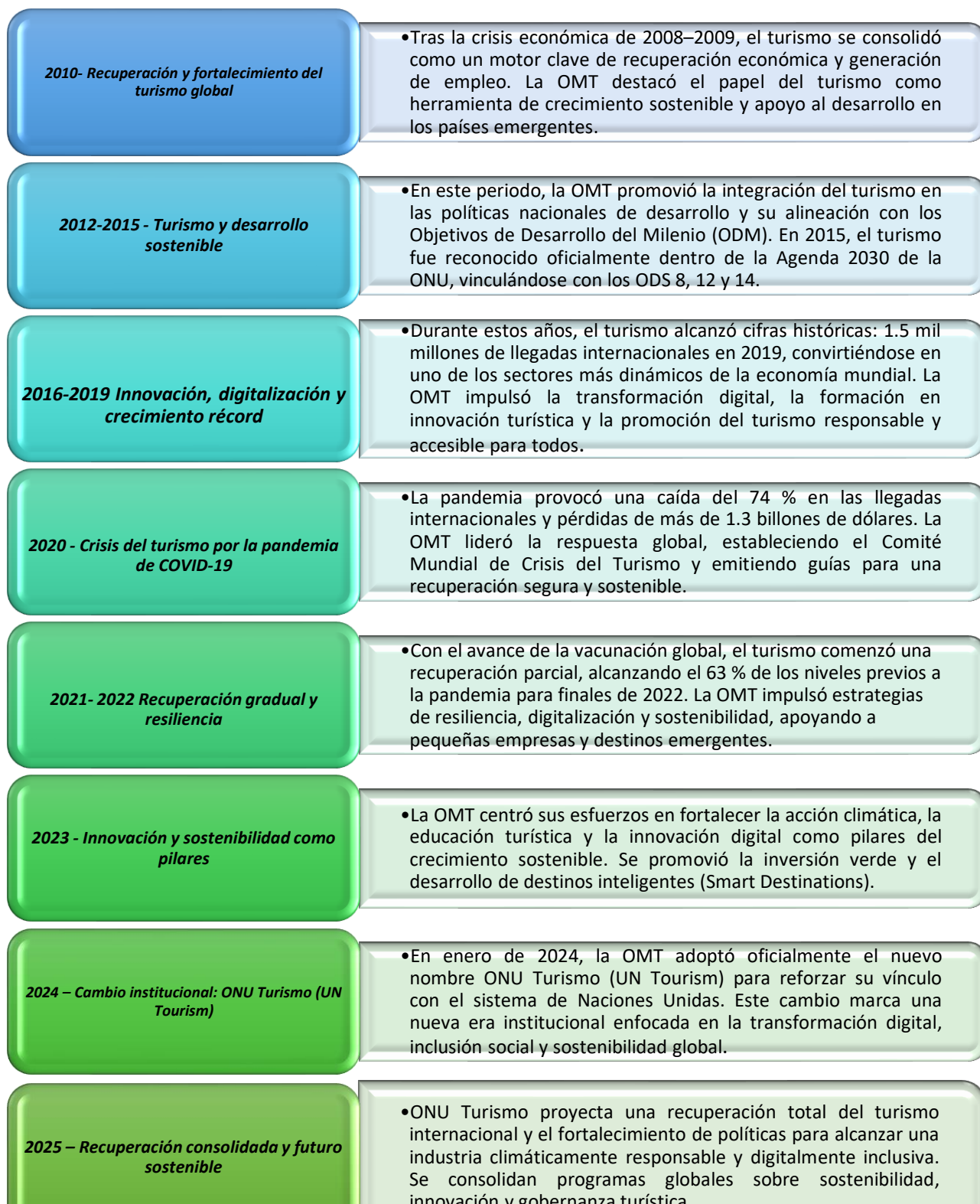


Ilustración 1 Procesos implementados por la OMT en la última década

En la ilustración 1 se destacan los procesos que ha sufrido el proceso de desarrollo de la actividad turística en el Ecuador, el mismo que se enfrentó a una crisis económica de grandes dimensiones durante la primera década de los años 2000, pero a partir del año 2008 este sector de la economía se convirtió en uno de los motores del auge económico sostenido en el Ecuador y en base a este proceso durante el periodo comprendido entre los años 2012 y 2015 se generaron diversas políticas públicas para apoyar este tipo de actividades a nivel nacional y a nivel mundial la Organización de las Naciones Unidas (ONU) estableció al turismo como parte vinculante a los objetivos de desarrollo.

Este proceso fue muy beneficioso que incluso para los años comprendidos entre el 2015 y 2019 se rompieron los records históricos nacionales, alcanzando más de mil millones de arribos internacionales relacionados con actividades turísticas en el territorio nacional, sin que se considere el mercado local que también fue muy activo en este campo, pero en el 2020 con la llegada de la pandemia del COVID 19 y los efectos económicos ocasionados en la economía mundial, este sector sufrió grandes pérdidas debido a la disminución de su clientela y la poca afluencia de turistas en diversos sectores que se vieron más afectados a nivel nacional.

Fueron años dramáticos durante el proceso de superación de la pandemia que empezó con el proceso de vacunación masiva a nivel mundial y que para el año 2022 empezó a tener procesos económicamente positivos y la recuperación de este sector económico fue evidente, mejorando de manera considerable los ingresos y marcando una recuperación que se ha sostenido en los últimos años, pero un aspecto realmente interesante es la vinculación de la tecnología dentro de los procesos turísticos, fue tanto

el impacto de la tecnología que la ONU reconoce las prácticas turísticas que utilicen los avances tecnológicos para mejorar los servicios que se brinden en las entidades y como se protegen los recursos naturales mediante las mejoras o actualizaciones aplicadas a los servicios turísticos a nivel nacional

Según María Alejandra Gazzera (2010) el sector turístico es uno de los más importantes de la economía argentina, tanto por el nivel de riqueza que genera como por el empleo que proporciona. El turismo no sólo genera crecimiento, empleo y efectos multiplicadores en las actividades directamente vinculadas a él (hoteles y restaurantes, agencias de viajes), sino también en una gran cantidad de otras actividades indirectamente relacionadas (transporte, comercio, industria, construcción, servicios financieros, entre otras). Es un sector en continuo crecimiento directamente relacionado con el proceso de terciarización de la economía y un área fundamental en el entramado empresarial nacional. Por lo tanto, los viajes en general y el turismo en particular, como fenómenos masivos difícilmente podrían concebirse en la actualidad sin la existencia de empresas prestadoras de servicios turísticos.

4.3. Empresa Turística

De acuerdo a Andreu (2015) una empresa turística se puede considerar como una organización que se encuentra integrada por los recursos humanos, materiales y económicos que se encarga de ofrecer servicios de ocio y viajes a cambio de un pago, todo con la finalidad de cumplir con las expectativas de los turistas; dentro de los procesos implementados por dichas empresas se encuentran la planificación, organización y ejecución de productos o servicios como son los procesos logísticos,

actividades culturales o de recreación, tratando que dichas actividades no sean realizadas por los usuarios de manera cotidiana y así cambiar sus paradigmas de los servicios de alojamiento casuales (p. 55).

Una empresa turística es una organización que ofrece bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de personas que se desplazan fuera de su entorno habitual por motivos de ocio, negocio, cultura o naturaleza. Su actividad abarca alojamiento, gastronomía, transporte, intermediación y experiencias culturales (González & León, 2010)

De esta manera las empresas turísticas ofertan productos turísticos que pueden ser servicios, bienes a disposición, lugares recreativos o ideas innovadoras que al ofrecerse al mercado permitan satisfacer un deseo o necesidad de los potenciales usuarios o clientes que al buscar este tipo de servicios lo que esperan principalmente es salir de su monotonía y poder liberarse de posibles escenarios de presión laboral o familiar que suelen mantener elevados sus niveles de estrés (Marmolejo, 2021).

Las empresas turísticas pueden ser entidades de carácter público o privado, incluso locales o internacionales que pueden tener la capacidad de generar ingresos y puestos de empleo, contribuyendo de esta manera con la mejora de la calidad de vida de aquellas comunidades en donde se ejecuten sus proyectos o productos. De esta manera el turismo puede considerarse como un fenómeno en el cuál se produzcan desplazamientos humanos en donde la permanencia de esta persona fuera de su lugar de residencia tiene la finalidad de acceder a actividades de ocio o entretenimiento que pueda cumplir con sus requerimientos o las ideas primarias que generaron los posibles o potenciales usuarios al contratar sus servicios o productos.

4.4. Hospitalidad en hotelería

La hospitalidad en la hotelería se define como la capacidad del establecimiento para recibir y atender a los huéspedes con calidez, amabilidad y atención personalizada, generando experiencias memorables que van más allá del simple alojamiento físico (ACTIU, 2025).

Se convierte en esencia, un servicio centrado en el bienestar emocional del cliente, anticipando sus necesidades y respondiendo con eficiencia y autenticidad. No se trata sólo de cumplir expectativas, sino de superarlas, construyendo lealtad, reputación y vivencias que se recuerdan. (Lagos, 2025).

En el contexto de la investigación en hotelería, analizar la hospitalidad representa un desafío y una oportunidad para enriquecer el conocimiento existente y mejorar la práctica profesional. La investigación aporta evidencia empírica sobre cómo las interacciones humanas, la cultura organizacional y la personalización impactan la satisfacción y la fidelización del huésped (Monroy-Castañeda, 2024).

Según HotelTechReport (abril 2025), el 81 % de los hoteleros considera que la tecnología será fundamental para el éxito en los próximos cinco años, y el 99 % prevé una mayor adopción tecnológica en la gestión hotelera. De ellos, el 39 % considera que la tecnología debe mejorar la eficiencia operativa, mientras el 31 % la aplica para transformar la experiencia del huésped (HotelTechReport, 2025). Estas cifras evidencian que la hospitalidad no es solo un valor humano sino un componente estratégico integrado a la tecnología.

Además, estudios recientes revelan que la calidad del servicio percibida se puede extraer de forma automática a través de reseñas online, usando aprendizaje automático para identificar los aspectos que más influyen en la satisfacción (Vargas et al., 2021). Lo que busca este parámetro es desarrollar la creación de experiencias positivas con la finalidad de no solo ofrecer los alejamientos, que el servicio se enfoque también en la calidad de los servicios en aspectos relacionados con la calidez, la generosidad y la protección de la integridad de los potenciales usuarios.

4.5. Tipos de empresas de alojamiento

Con el paso del tiempo, se ha presentado una evolución a nivel social y cultural, específicamente en cuanto a los servicios otorgados por las empresas hoteleras. Inicialmente, su trabajo se basaba únicamente en proveer un alojamiento placentero el cual se fundamentaba en la asepsia; además, este tipo de servicio, era generalmente para personas con poder adquisitivo. Posteriormente, este servicio fue ofertado a todas las personas que lo demandaba (Gaibor Delgado et al., 2018).

Según (Gaibor Delgado et al., 2018)., con el progreso del turismo, surgió la necesidad de desarrollar otros servicios adicionales y complementarios como por ejemplo mejorar el sistema de transporte con precios módicos Sin embargo, a pesar de la evolución de este sector económico, se han presentado innumerables complejidades, pues ahora existen diversos servicios de alojamiento como: posadas, hostales, hoteles, pensiones y resorts, entre otros, desde los más sencillos hasta los más ostentosos con un sinfín de opciones en cuanto al tipo de servicio (bebidas, piscina, parqueadero, internet, gimnasio, área de eventos, etc.) lo que genera una serie de complejidades para

el manejo del medio ambiente que deben ser implementadas desde las propias empresas en la prestación de los servicios al turismo.

La presencia de hoteles en un territorio determinado, contribuye a la generación de empleo y tiene un efecto indirecto sobre el medio ambiente que los rodea; además, da soporte a otras actividades turísticas, mejora el bienestar de la gente en las áreas de influencia turística y revitaliza una serie de actividades económicas que pueden desaparecer sin la presencia de un Hotel (Carmona, 2012).

4.6. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el sector turístico.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en un pilar fundamental para los procesos de modernización de las empresas dedicadas a brindar servicios turísticos y hoteleros, debido a que estos adelantos permiten mejorar su gestión a nivel administrativo, optimizar los procesos de atención al cliente y fortalecer la competitividad a nivel empresarial. Entre las principales herramientas aplicadas en este contexto se encuentran los sistemas informáticos, plataformas digitales, aplicaciones móviles y las herramientas de conectividad que facilitan la interacción de las empresas con los clientes locales y desde el exterior.

4.7. Sistemas de gestión hotelera y turística.

- **Property Management System (PMS).**

Los PMS son un tipo de sistema que se utilizan principalmente en los hoteles y alojamientos turísticos, se caracterizan porque permiten administrar reservas y

disponibilidad de habitaciones, Check-in y check-out, facturación y control de ingresos y la gestión de housekeeping; buscando de esta manera reducir errores operativos y optimizar la experiencia de los huéspedes (Fernández, 2018).

- **Enterprise Resource Planning (ERP).**

Los ERP se encargan de integrar procesos financieros, contables, de inventarios y recursos humanos, permitiendo de esta manera tener una visión integral de la empresa sea turística o gastronómica (Gaibor Delgado et al., 2018)

- **Customer Relationship Management (CRM).**

Los CRM se utilizan principalmente para gestionar la relación del cliente con la entidad, almacenando la información asociada al historial de consumo y su nivel de satisfacción, permitiendo de esta manera que el servicio sea más personalizado y se fidelice con mayor sencillez a los clientes (Gorrochategui, 2019).

4.8. Plataformas de reservas online y canales digitales.

Las empresas turísticas han incorporado plataformas digitales que permitan una comercialización mucho más amplificada de todos sus servicios o productos, estas tecnologías que se encuentran al alcance del mercado y su aplicación permite captación de clientes en tiempo real, en este grupo se encuentran algunas plataformas como páginas web con motores de reserva, agencias de viajes online (OTA) como Booking, Expedia o Airbnb y los sistemas de channel manager que permite la sincronización de las tarifas y su disponibilidad (Andreu, 2015).

4.9. Tecnologías aplicadas en restaurantes.

Dentro del sector gastronómico la tecnología ha realizado algunos procesos de transformación a nivel operativo y de atención al cliente, dentro de los cuales se destacan principalmente los siguientes:

- Sistemas de puntos de venta (POS), permite la gestión de pedidos, facturación y el control de ventas.
- Menús digitales y códigos QR, que facilitan la visualización de la oferta gastronómica y los paquetes promocionales.
- Software de control de inventarios, que permite una gestión adecuada de recursos, evitando una gran cantidad de desperdicios y reducción de costos operativos.
- Aplicaciones para pedidos en línea o delivery, que generalmente se integran a otras aplicaciones como Uber Eats o Rappi.
- Servicios de pago electrónico mediante el uso de billeteras digitales, pagos electrónicos o a través del uso de NFC y códigos QR.

4.10. Tecnologías emergentes en el turismo.

En este campo se destacan algunos avances tecnológicos que permiten a las entidades poder estar a la vanguardia tecnológica y ser capaces de captar mayores y mejores mercados. Entre estas tecnologías se encuentran principalmente:

- La realidad aumentada
- Realidad virtual y sus aplicaciones

- Habitaciones inteligentes
- Chatbots de atención al cliente 24/7
- Software de gestión de uso de recursos y control de consumo de agua.

CAPITULO II

5. DISEÑO METODOLÓGICO.

Esta investigación se enmarca dentro de un diseño no experimental debido al hecho de que no se manipulan las variables de estudio, sino que se analizan tal como se presentan en su propio entorno. De igual manera su tipo es transversal ya que la recolección de la información se la realiza en un determinado momento en las entidades dedicadas a brindar servicios turísticos sean de hotelería o de alimentación.

5.1. Enfoque de la investigación

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo con apoyo cualitativo. El enfoque cuantitativo permitirá medir el nivel de implementación de nuevas tecnologías en las empresas hoteleras y de restauración de Manta mediante el uso de instrumentos estructurados (encuestas y análisis estadístico de datos).

El componente cualitativo complementará la comprensión del fenómeno a través de entrevistas o análisis de percepciones sobre los beneficios, limitaciones y desafíos tecnológicos. Mientras que el enfoque cuantitativo permite la facilitación de la medición de la percepción y de los niveles de satisfacción a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos que permita un análisis estadístico que emita resultados acordes a la realidad que viven las empresas dedicadas a brindar los servicios turísticos en el cantón Manta.

Según Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2022), el enfoque mixto posibilita integrar la medición objetiva de los hechos con la interpretación de las percepciones y actitudes, generando una visión más completa del problema de estudio.

5.1. Tipo de investigación

La presente investigación se realiza en base a los siguientes tipos de investigación que permite recopilar datos de manera efectiva y con un buen nivel de precisión:

- **Descriptiva**, porque se busca identificar y detallar el grado actual de implementación tecnológica, los tipos de herramientas utilizadas y las características de las empresas.
- **Correlacional**, ya que se analiza la relación entre la implementación de tecnologías y variables como la satisfacción del cliente, eficiencia operativa y percepción de competitividad.
- **De campo**, puesto que la información fue recolectada directamente de los actores involucrados mediante encuestas.

5.2. Diseño de la investigación

El diseño aplicado para esta investigación será no experimental y de corte transversal, de las cuales se destacan los siguientes aspectos:

- No experimental porque no se manipularán variables, sino que se observarán los fenómenos tal como se dan en su contexto natural.
- Corte transversal porque los datos se recopilarán en un solo momento temporal para analizar la situación actual de las empresas. Como señala Hernández-Sampieri et al. (2022), el diseño transversal no experimental es

adecuado cuando se busca describir variables y analizar relaciones entre ellas en un periodo específico.

5.3. Población y muestra

La población estará conformada por las empresas hoteleras y de restauración ubicadas en el cantón Manta, provincia de Manabí, registradas en los catastros municipales o asociaciones de turismo locales. La muestra se seleccionará mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, integrando aquellos establecimientos que accedan a participar voluntariamente en la investigación.

Tabla 1: Población y muestra del estudio

Tipo de entidad	Población	Muestra
Hoteles	38	20
Restaurantes	173	20

Se tomó la muestra de la población descrita en la tabla uno de manera referencial a las entidades que se ubican en los sectores aledaños a los balnearios y sectores con mayor aforo turístico en el cantón Manta, al ser un estudio específico se consideró un muestreo por conveniencia, además de que se entrevistaron al menos a 10 administradores de estas empresas dedicadas al sector turístico en la ciudad.

5.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para obtener información confiable y relevante se aplicarán las siguientes técnicas en base a la muestra seleccionada:

- **Encuesta estructurada**, dirigida a gerentes o administradores de hoteles y restaurantes, con preguntas cerradas y escala tipo Likert para medir el grado de aplicación tecnológica, frecuencia de uso, beneficios percibidos y barreras existentes.
- **Entrevista semiestructurada**, a un grupo reducido de representantes empresariales, para profundizar en aspectos cualitativos sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la competitividad y satisfacción del cliente.
- **Análisis documental de informes**, planes de desarrollo turístico local y registros municipales que contengan datos sobre innovación tecnológica en el sector.

1.1. Métodos de análisis de datos.

Los datos recopilados a nivel cuantitativo se procesaron mediante herramientas estadísticas utilizando para su interpretación herramientas estadísticas en las que se utilizan tablas y gráficos que faciliten su interpretación. Esto permite aplicar un análisis descriptivo y si es pertinente aplicar análisis comparativos entre los diversos grupos que fueron encuestados. La información cualitativa se analizó mediante la interpretación de opiniones y comentarios relevantes, permitiendo complementar los resultados cuantitativos.

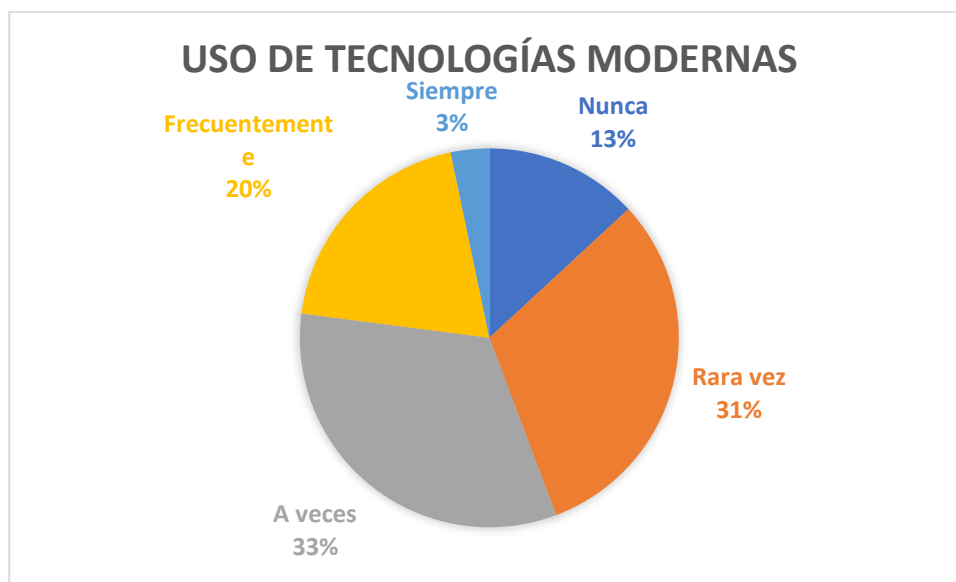
6. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

6.1. Análisis de resultados.

Encuesta aplicada a clientes.

1. ¿Ha notado el uso de tecnologías modernas en los hoteles o restaurantes que ha visitado en Manta?

Ilustración 2: uso de tecnologías modernas en los hoteles o restaurantes

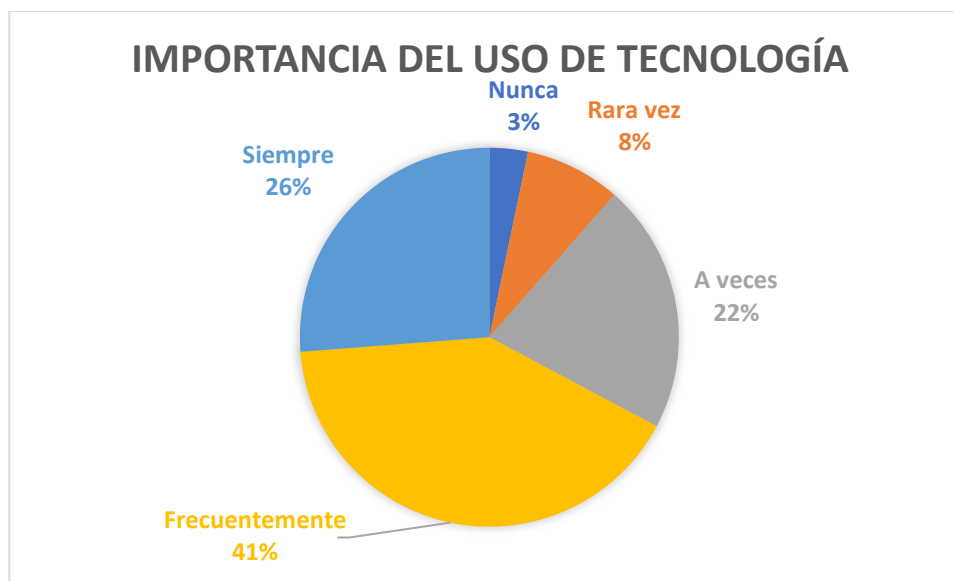


Interpretación:

Los resultados obtenidos demuestran que desde la óptica de los clientes solo el 20% de los restaurantes y hoteles utilizan frecuentemente las tecnologías modernas, el 3% cree que siempre, el 13% manifiesta que nunca la utilizan y el 64% consideran en conjunto que estas son utilizadas en ocasiones o rara vez, lo que deja ver que no todas las entidades que brindan los servicios ya mencionados se encuentran en proceso de modernización de sus servicios.

2. ¿Qué tan importante es para usted que un establecimiento use tecnología moderna?

Ilustración 3: Importancia del uso de tecnología en servicios al cliente

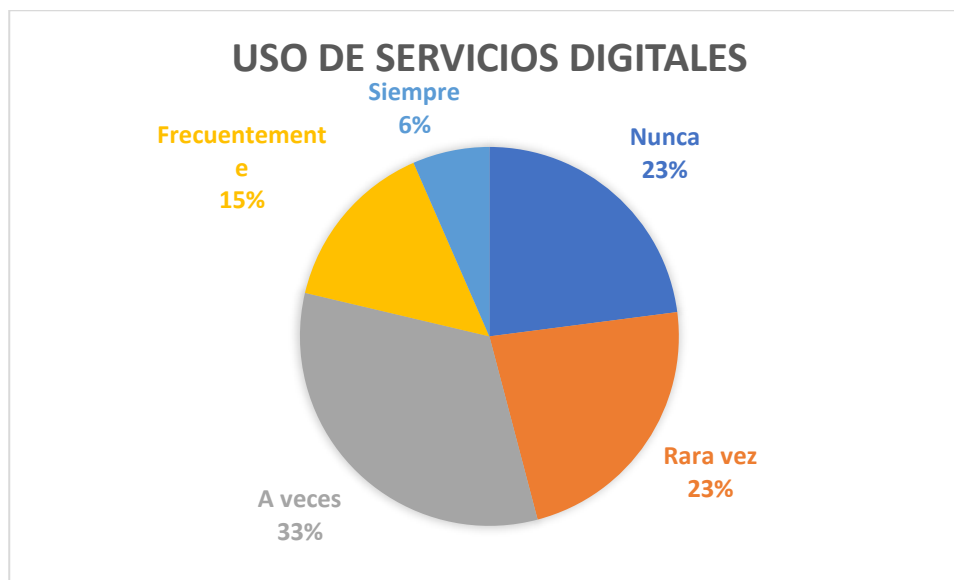


Interpretación:

Los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento de recolección de datos determinan que los clientes consideran en un 41% que es importante usar frecuentemente la tecnología, el 26% considera que debe utilizarse siempre, el 22% cree que solo debe ser utilizada en ocasiones y el 11% manifiesta que es poco importante o nada importante. Lo cual puede deberse principalmente a que los hoteles a los que han asistido en pocas ocasiones utilizan los medios tecnológicos para mejorar el servicio brindado a sus clientes, ya que la mayoría de la interacción que tienen con los mismos solo brindan servicios tradicionales.

3. ¿Ha utilizado servicios digitales como reservas online o chatbots?

Ilustración 4: Uso de servicios digitales en la reservación o atención individualizada

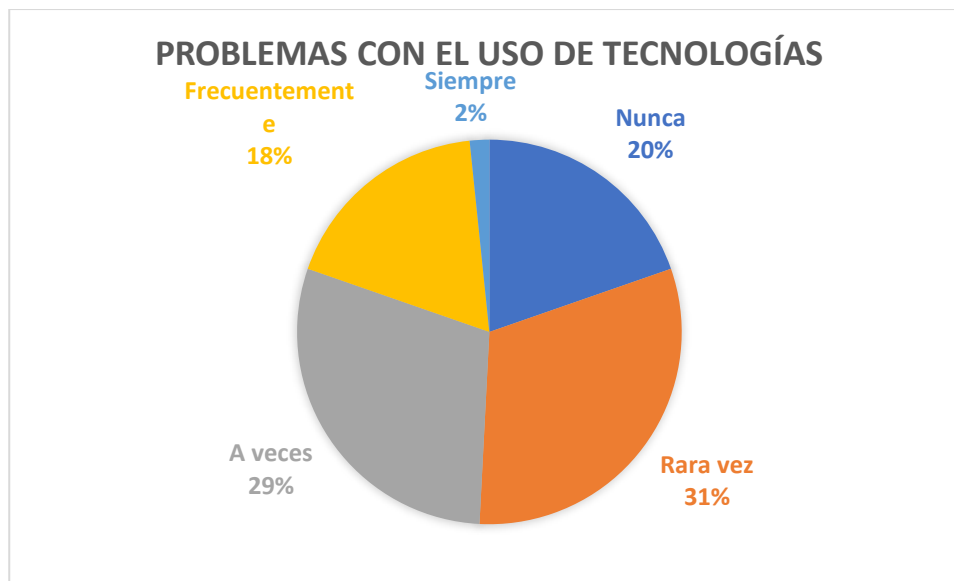


Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos determinan que el 6% ha utilizado servicios digitales para la reservación de servicios, el 15% las utiliza frecuentemente, el 33% manifiesta utilizarlos en ocasiones, y el 46% manifiesta utilizarlos en raras ocasiones o nunca utilizarlos. De esta manera se evidencia que muchas de estas empresas aún no introducen dentro de sus paquetes de servicios las mejoras tecnológicas que permitirían generar ventajas operativas considerables en sus procesos operativos o de atención al cliente.

4. ¿Ha experimentado algún problema con las tecnologías utilizadas en los establecimientos?

Ilustración 5: Inconvenientes relacionados con el uso de tecnologías

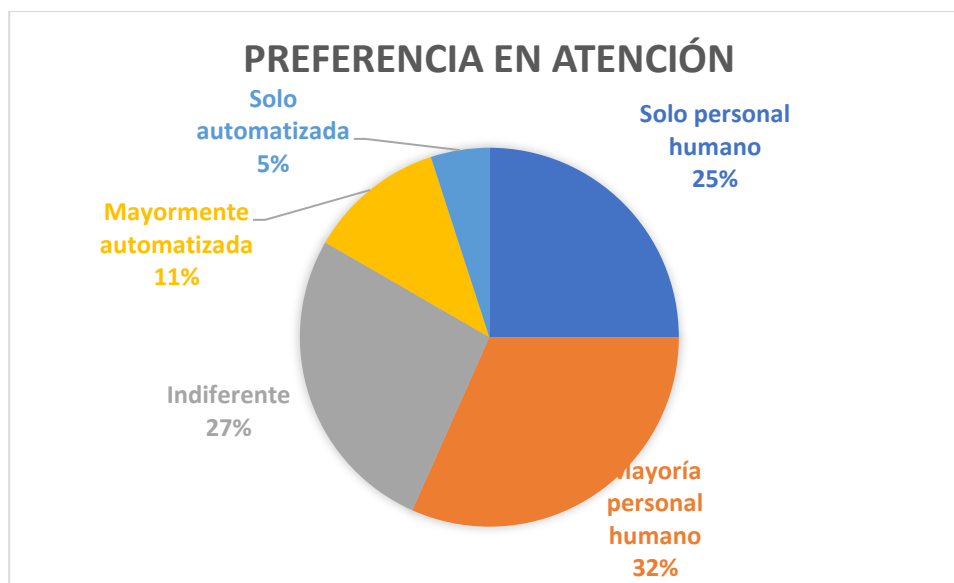


Interpretación:

Las respuestas brindadas a partir de los clientes de hoteles y restaurantes a los que se les aplicaron los instrumentos de recolección de datos demuestran que solo el 2% manifiesta tener inconvenientes con el uso de las tecnologías en estas instalaciones, el 20% manifiesta no tener inconvenientes nunca, el 18% considera que los problemas se presentan de manera frecuente y el 60% considera que los problemas se presentan solo en ocasiones puntuales. Esto da a entender que los problemas se relacionan principalmente con el manejo de las aplicaciones o los interfaces de interacción de las herramientas digitales que se complica para los usuarios.

5. ¿Prefiere la atención personalizada por parte del personal o mediante tecnologías automatizadas?

Ilustración 6: Preferencias de atención por parte de clientes

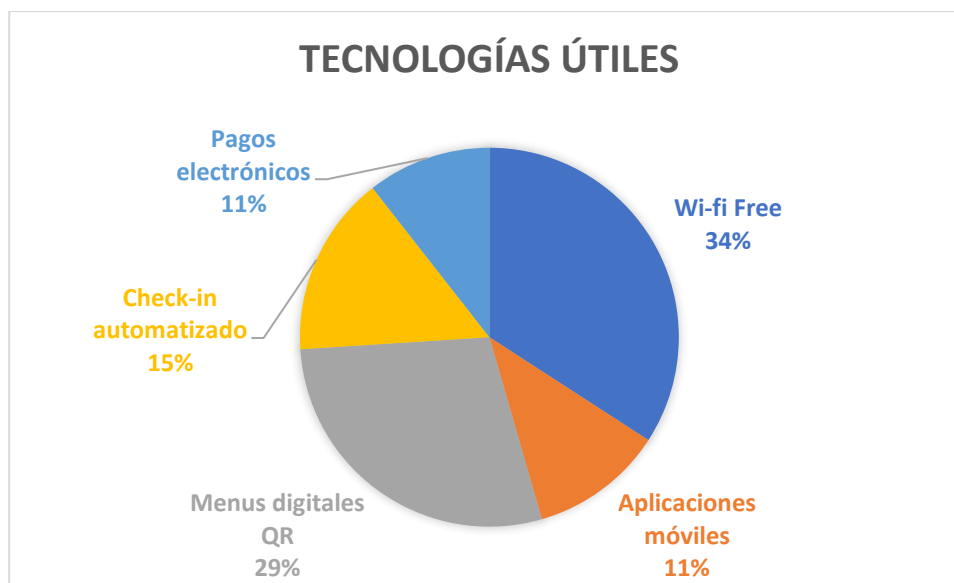


Interpretación:

Luego de aplicar la encuesta a los clientes de hoteles y restaurantes estos manifiestan que en el caso de las preferencias en la atención prefieren en solo el 16% la atención automatizada o mayormente automatizada, el 32% consideran que prefieren una atención mayormente humana, el 25% prefieren solo atención del personal humano y el 27% este parámetro les parece totalmente irrelevante. Se puede prever que las plataformas o herramientas digitales utilizadas en estas entidades no generan aún la confianza requerida para poder satisfacer las necesidades de sus clientes.

6. ¿Qué tecnologías considera más útiles durante su experiencia como cliente?

Ilustración 7: Utilidad de la tecnología

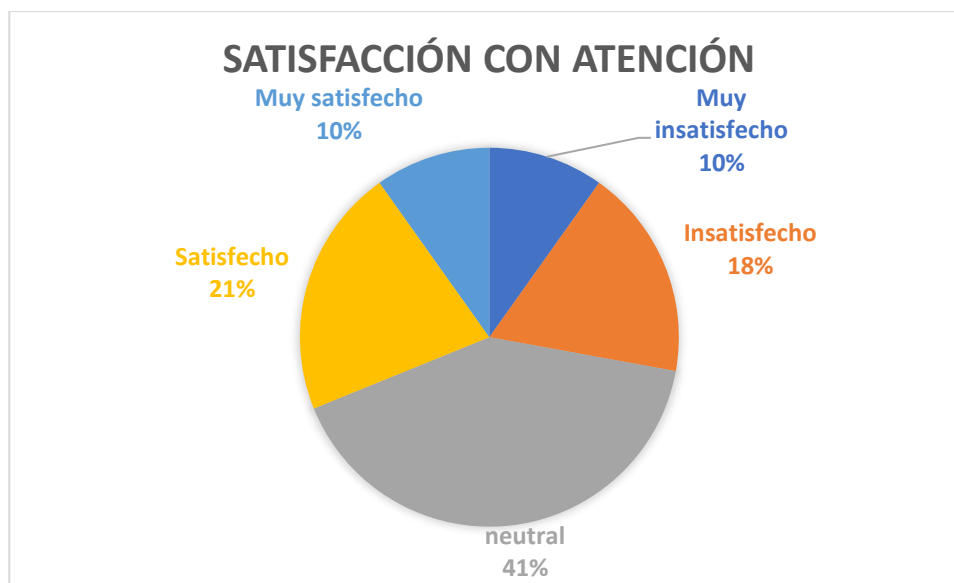


Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos demuestran que las tecnologías son de gran utilidad en los servicios hoteleros y de atención a los clientes en casos como el Wi. Fi gratuito en un 34%, el 29% manifiesta que en el caso de los menús digitales bajo el uso de códigos QR, el 15% para los registros automáticos y el 22% para realizar pagos electrónicos o la interacción en aplicaciones móviles de la entidad. Esto demuestra que a pesar de que no todas las instalaciones se han modernizado la variedad de herramientas digitales es muy amplia y de gran utilidad.

7. ¿Qué tan satisfecho se siente con la atención recibida mediante medios tecnológicos?

Ilustración 8: Satisfacción de los clientes a partir del uso de medios tecnológicos

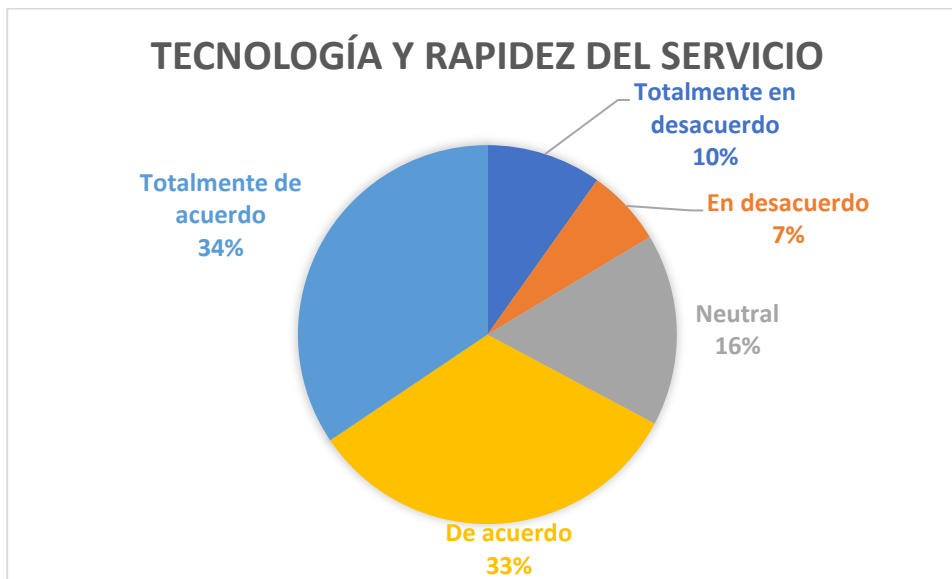


Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la implementación del instrumento de recolección de datos a los clientes de estas entidades demuestran que el 10% se muestra muy satisfecho con el uso de medios tecnológicos en estas instalaciones, el 21% se muestra satisfecho, el 41% mantiene una posición neutral, el 18% se mostró insatisfecho y el 10% restante manifestó estar insatisfecho con el uso de estos medios. De tal manera se puede establecer que muchas de las aplicaciones no son tan didácticas, tampoco los colaboradores explican adecuadamente su uso o simplemente algunas no funcionan dentro de las instalaciones físicas.

8. ¿Cree que la tecnología mejora la rapidez y eficiencia del servicio?

Ilustración 9: Relación de la tecnología y la rapidez del servicio



Interpretación:

Los resultados que se obtuvieron a partir de la aplicación de las encuestas a clientes de hoteles y restaurantes demuestran que el 67% considera que es una realidad que la tecnología mejora la rapidez y la eficiencia de los servicios recibidos, el 16% cree que no hay grandes diferencias y el 17% manifiesta que estos medios no mejoran ningún campo dentro de la atención que recibieron. Esto puede deberse a las experiencias positivas o negativas que tienen los clientes en estas instalaciones que cuentan con mejoras tecnológicas que deben ser adecuadamente explicadas.

9. ¿Recomendaría un hotel o restaurante por su nivel de innovación tecnológica?

Ilustración 10: Recomendación de instalaciones con mejores tecnológicas

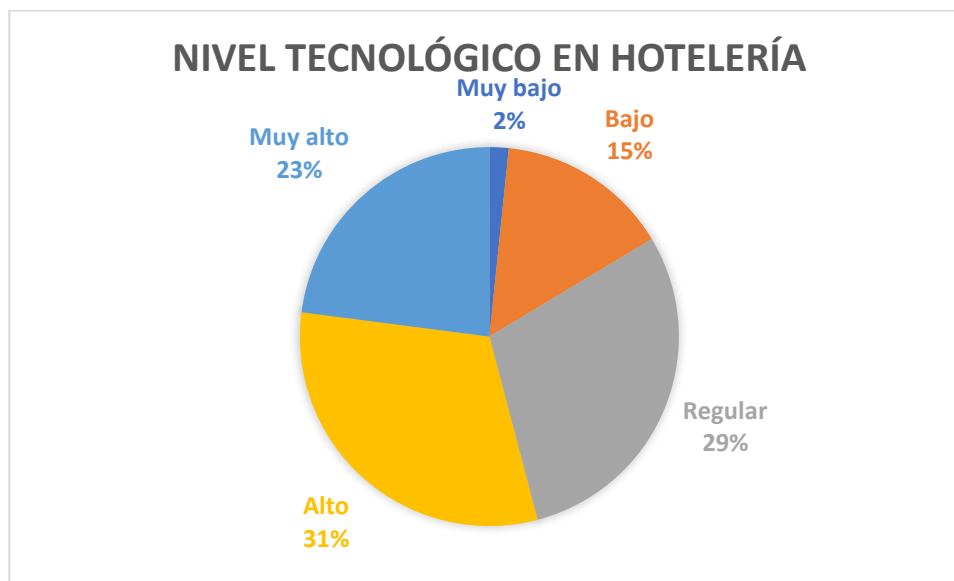


Interpretación:

La aplicación del instrumento de recolección de datos a los clientes demuestra que en el caso de la recomendación de hoteles y restaurantes que han implementado mejoras tecnológicas en su operatividad el 23% manifiesta que siempre los recomienda, el 31% dice que lo hace frecuentemente, el 29% solo a veces, el 15 % rara vez y el 2% que nunca realiza una recomendación de estas instalaciones. En este caso se relaciona con la pregunta anterior en donde depende principalmente de las experiencias negativas y positivas que se obtuvieron en estas entidades.

10. Califique el nivel tecnológico de los hoteles o restaurantes en Manta.

Ilustración 11: Nivel tecnológico de hoteles y restaurantes en Manta



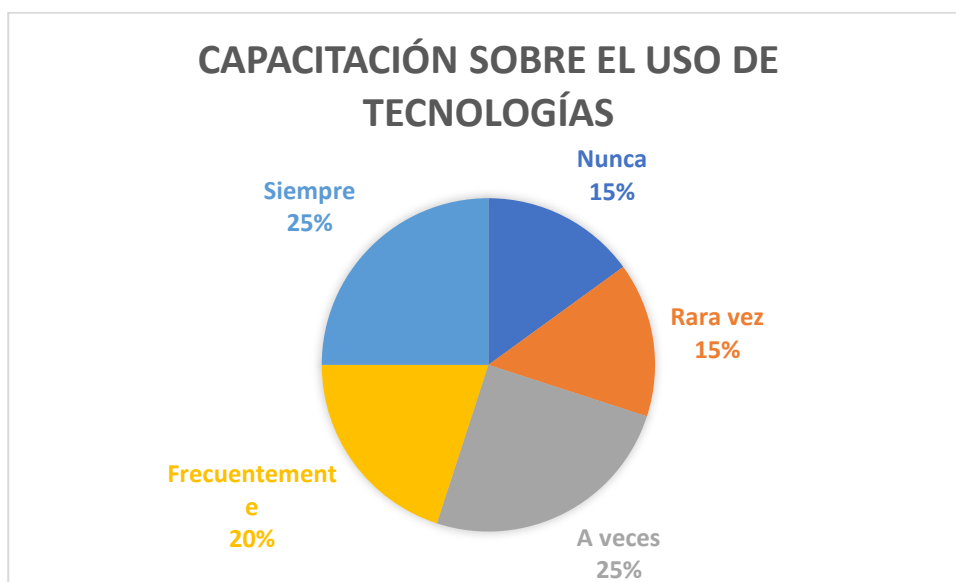
Interpretación:

Los resultados obtenidos determinan que de acuerdo a los clientes que frecuentan las instalaciones de hoteles y restaurantes en el cantón Manta consideran que el nivel tecnológico de los mismos es muy alto de acuerdo al 23% de la muestra analizada, el 31% considera que es alta, el 29% manifiesta que regular, el 15% cree que es bajo y el 2% se mantiene en que es muy bajo. Estas respuestas dejan claro que la posición sobre la implementación tecnológica es dividida dentro de los usuarios de estas instalaciones y que por otro lado todavía falta mucho que mejorar en este aspecto.

Encuesta aplicada a trabajadores de establecimientos.

1. ¿Ha recibido capacitación sobre el uso de las nuevas tecnológicas en su lugar de trabajo?

Ilustración 12: Capacitaciones al personal sobre uso de tecnologías

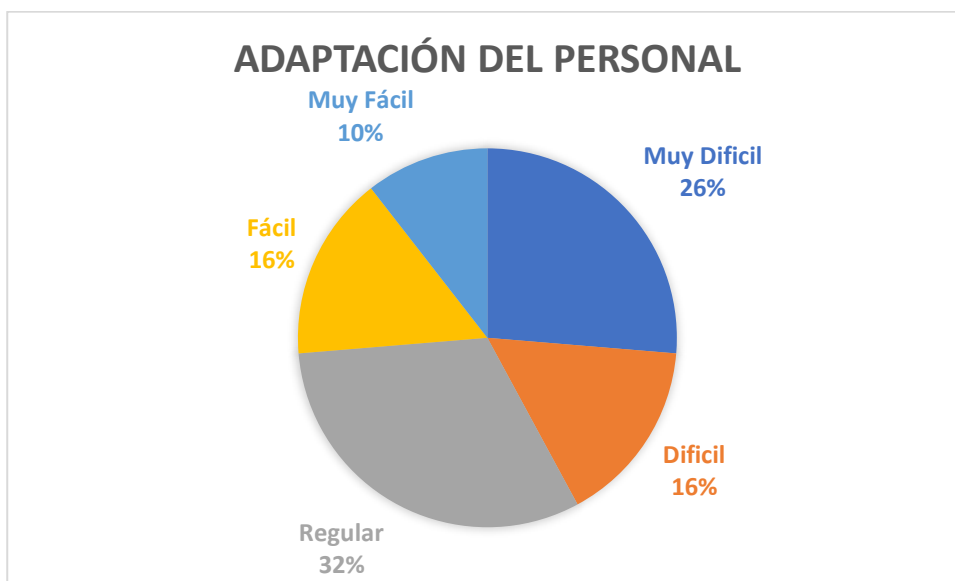


Interpretación:

Luego de la aplicación del instrumento de recolección de datos a los colaboradores de las empresas del sector hotelero y restaurantes en el cantón Manta se destaca que el 25% manifiesta que siempre reciben capacitaciones, el 20% dicen que son frecuentes, otro 25% considera que son ocasionales y el 30% plantea que son raras las ocasiones o que nunca reciben capacitaciones. De esta manera se puede ver que hace falta trabajar con el recurso humano sobre la aplicación de estos instrumentos tecnológicos para poder brindar un servicio mucho más eficiente.

2. ¿Qué tan fácil considera la adaptación del personal a las nuevas tecnologías?

Ilustración 13: Adaptación del personal al uso de nuevas tecnologías

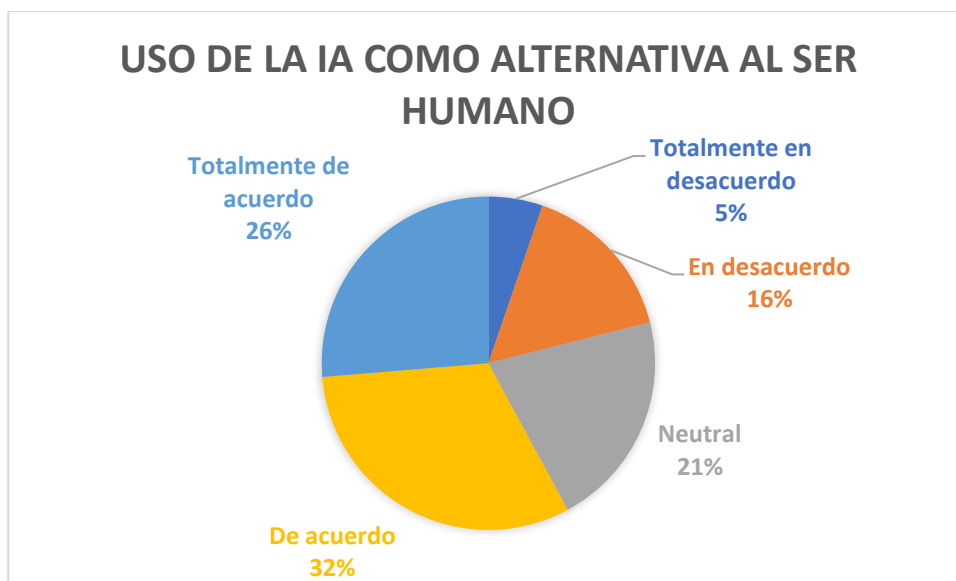


Interpretación:

Los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento de recolección de datos determinan que los funcionarios de estas instalaciones manifiestan que, en caso de la adaptación a estas nuevas tecnologías, el 10% cree que fue muy fácil, el 16% considera que fue fácil, el 32% considera que fue regular todo el proceso, el 16% cree que fue difícil y el 26% cree que la adaptación es muy difícil. Lo que da a entender que existe un gran nivel de resistencia a la aplicación de las nuevas tecnologías en los servicios hoteleros y restaurantes.

3. ¿Considera que el uso de inteligencia artificial o chatbots puede reemplazar algunas funciones humanas?

Ilustración 14: La inteligencia artificial como reemplazo al personal humano

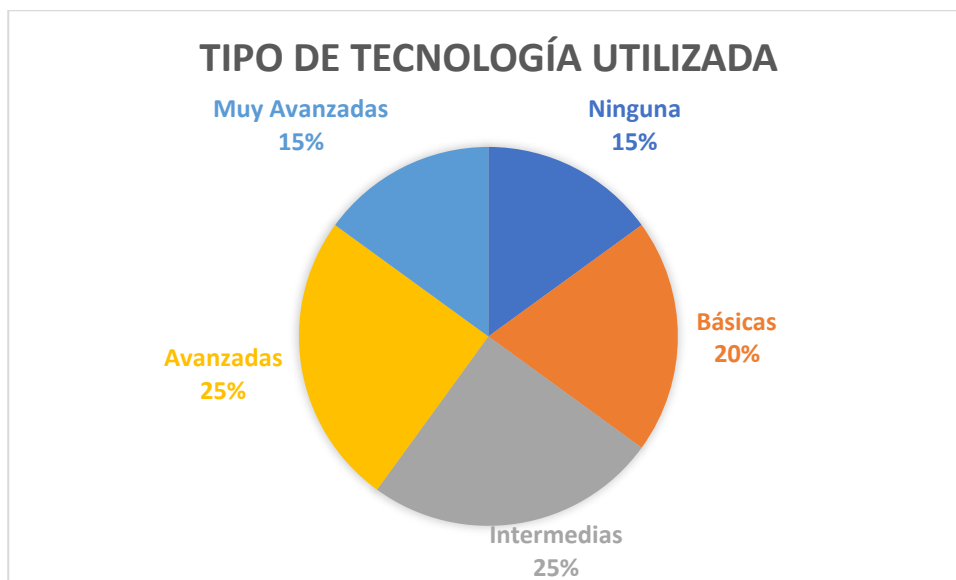


Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos a los funcionarios de hoteles y restaurantes en el cantón Manta determinan que el 58% considera que en algún momento la inteligencia artificial reemplazará al ser humano en todas sus funciones a nivel laboral, el 21% mantiene una posición neutral ante esta realidad y el 21% manifiestas no estar del todo de acuerdo o en total desacuerdo con esta situación. Estos resultados son el reflejo del temor que tienen en el fondo los funcionarios de perder sus puestos de trabajo al ver como la tecnología cada vez ocupa mayores espacios de importancia en diversos ámbitos de la vida del hombre.

4. ¿Qué tipo de tecnologías utiliza actualmente su establecimiento?

Ilustración 15: Tipo de tecnología utilizada en instalaciones de hoteles y restaurantes

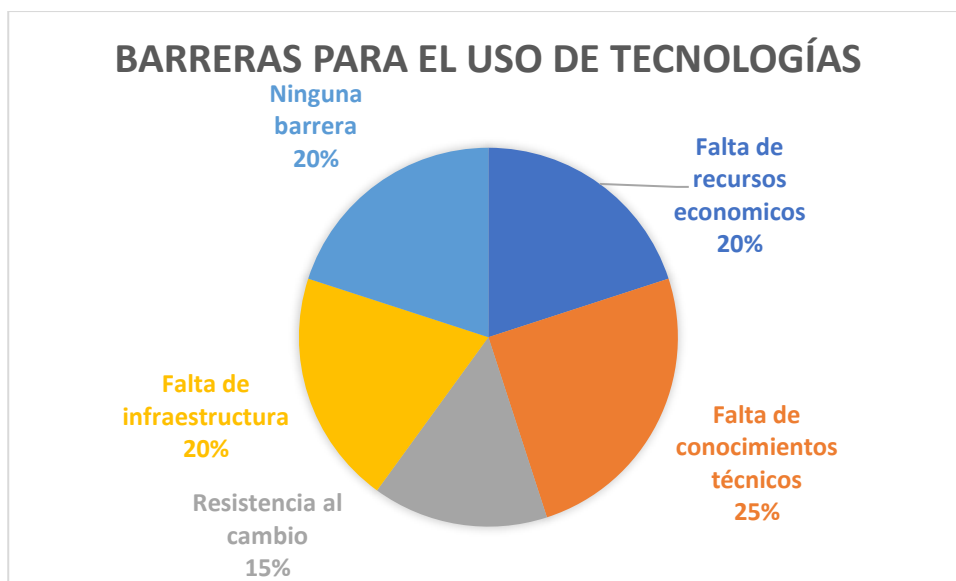


Interpretación:

Las respuestas brindadas a partir de los funcionarios de hoteles y restaurantes a los que se les aplicaron los instrumentos de recolección de datos demuestran que el 15% considera que la tecnología utilizada en las instalaciones es muy avanzada, el 25% cree que son avanzadas, el 25% cree que son solo intermedias, el 20% cree que son básicas y el 15% manifiesta que no existe ninguna tecnología aplicada en estas instalaciones. Esto permite comprender que desde la óptica de los empleados en su gran mayoría considera que se requiere herramientas tecnológicas mucho más avanzadas y que brinde mejores funcionalidades que faciliten los servicios y la eficiencia de los mismos en sus instalaciones.

5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrenta su empresa para implementar nuevas tecnologías?

Ilustración 16: Barreras que enfrentan la implementación de nuevas tecnologías

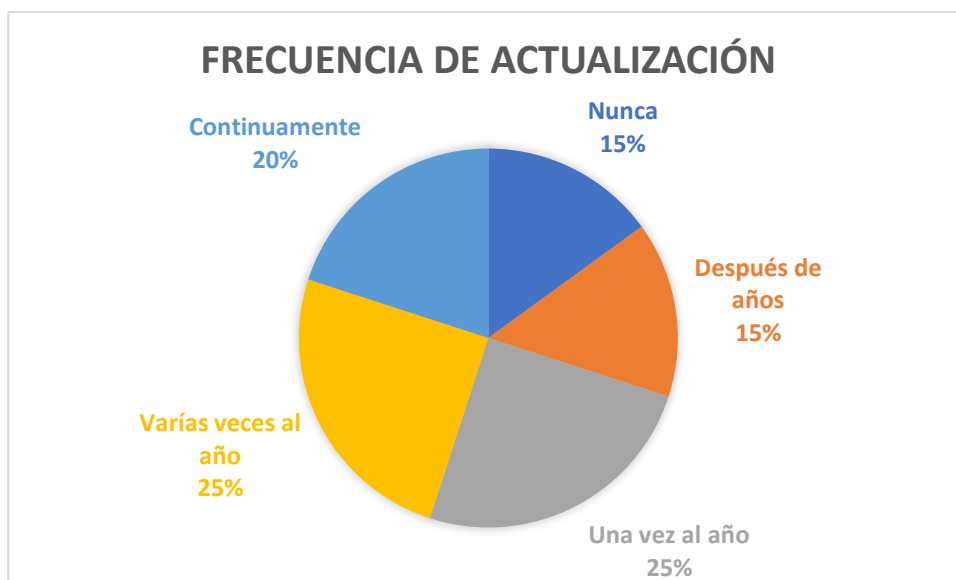


Interpretación:

Luego de aplicar la encuesta a los funcionarios de hoteles y restaurantes estos manifiestan que en el caso de las barreras que impiden la implementación de nuevas tecnologías, el 25% cree que es por falta de conocimientos técnicos, el 20% cree que faltan recursos económicos para su adquisición, otro 20% cree que falta infraestructura física para su implementación, el 15% cree que es por resistencia al cambio por parte de algunos colaboradores y el 20% restante considera que no existen barreras para la adecuada implementación de estos recursos dentro de los servicios brindados.

6. ¿Con qué frecuencia se actualizan o renuevan las tecnologías en su empresa?

Ilustración 17: Frecuencia con la que se actualiza la tecnología en las instalaciones

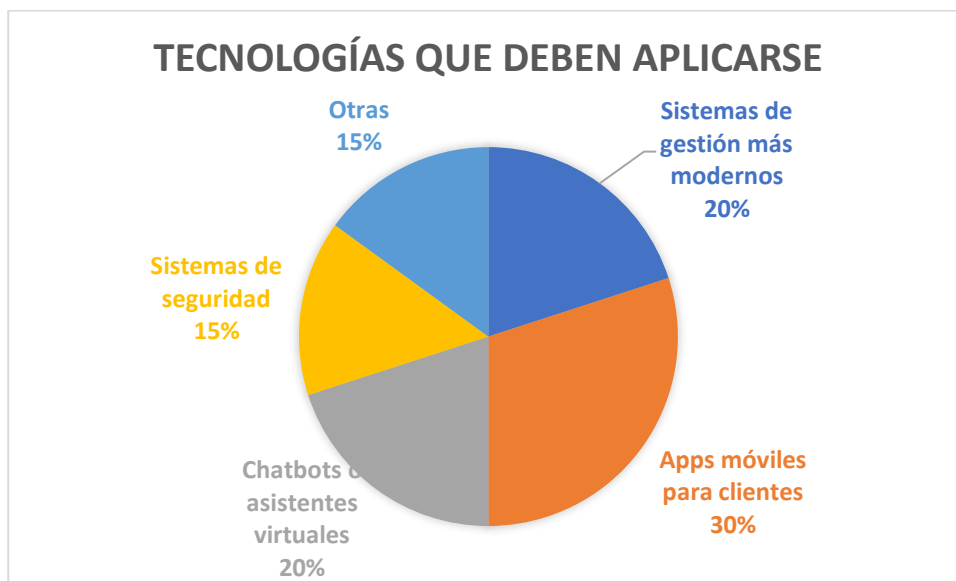


Interpretación:

Luego de aplicar la encuesta a los funcionarios de hoteles y restaurantes estos manifiestan que, en el caso de la frecuencia de la actualización de las tecnologías aplicadas en las instalaciones de su lugar de trabajo, el 20% considera que la actualización es continua, el 25% que se realiza varias veces al año, otro 25% cree que es una vez al año, el 15% manifiesta que se lo realiza después de varios años y el 15% restante manifestó que nunca se realizan actualizaciones en estas herramientas. De esta manera las entidades requieren mayor nivel de actualización para brindar mejor servicio y otras poder insertarse en el campo de la innovación tecnológica y así poder ser más competitivas.

7. ¿Qué tecnologías cree que deberían implementarse próximamente?

Ilustración 18: Tecnologías que deben aplicarse en hoteles y restaurantes

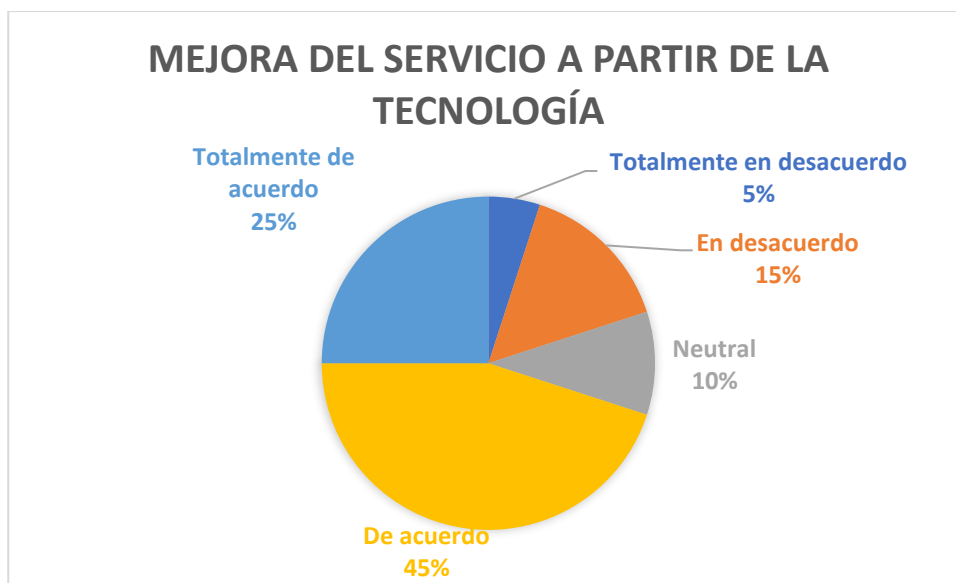


Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la implementación del instrumento de recolección de datos a los funcionarios de estas entidades demuestran que el 20% considera que deben aplicarse sistemas de gestión más modernizados, el 30% cree que se requiere la implementación de aplicaciones móviles para captar a potenciales clientes, otro 20% cree que se deben utilizar chatbots o asistentes virtuales, el 15% considera que se necesitan sistemas de seguridad y el 15% restante se encuentran en posición de utilizar otro tipo de aplicaciones que mejoren los servicios en estas entidades.

8. ¿Considera que la implementación de nuevas tecnologías ha mejorado la eficiencia operativa del negocio?

Ilustración 19: Nuevas tecnologías y la mejora en la eficiencia operativa

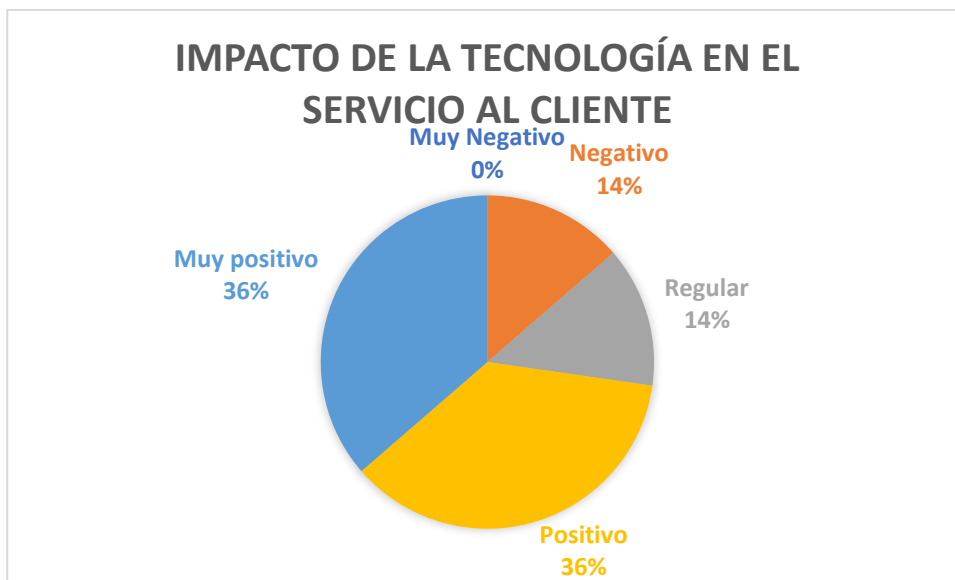


Interpretación:

Los resultados que se obtuvieron a partir de la aplicación de las encuestas a los funcionarios de hoteles y restaurantes demuestran que el 25% de la muestra están totalmente de acuerdo con la afirmación de que las nuevas tecnologías mejoran considerablemente la eficiencia operativa de los servicios brindados, el 45% considera estar parcialmente de acuerdo con las mejoras, el 10% tiene una postura indiferente y el 20% manifiesta no estar de acuerdo en que el uso de estas tecnologías puedan mejorar la eficiencia en el mejoramiento de la operatividad dentro de sus instalaciones.

9. ¿Qué impacto considera que tiene la tecnología en la calidad del servicio al cliente?

Ilustración 20: Impacto del uso de las tecnologías en la calidad del servicio brindado a los clientes

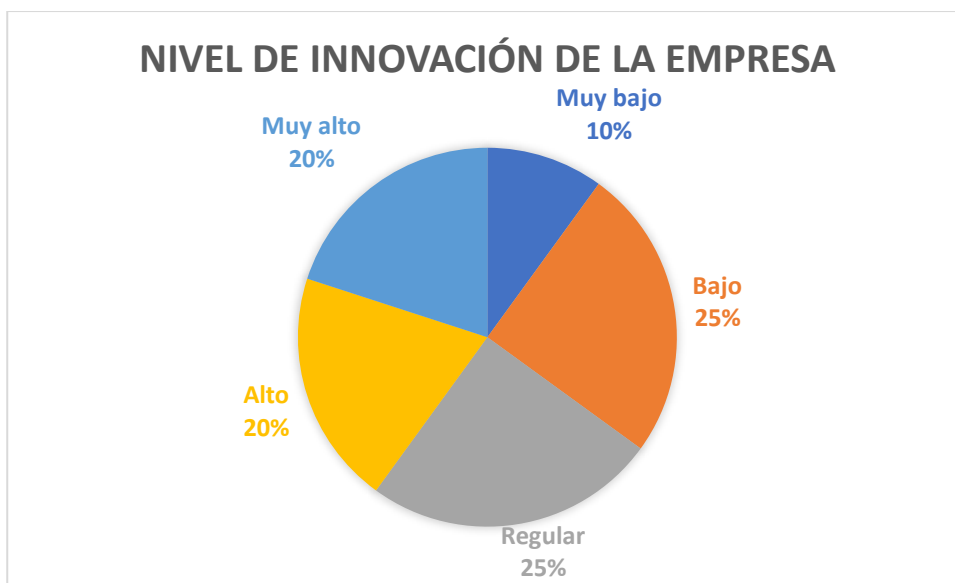


Interpretación:

La aplicación del instrumento de recolección de datos a los funcionarios de las entidades demuestra que en el caso del impacto que ha tenido la implementación de las tecnologías modernas en la calidad del servicio brindado a los clientes el 36% considera que ha sido muy positivo, otro 36% cree que es muy positivo, el 14% cree que es regular el beneficio y el 14% restante considera que su implementación ha sido negativa. Esto se debe principalmente a que una parte de los colaboradores de estas entidades se encuentran en una posición contrario al uso de las tecnologías modernas.

10. En una escala del 1 al 5, califique el nivel general de innovación tecnológica en su empresa:

Ilustración 21: Nivel de innovación tecnológica en hoteles y restaurantes



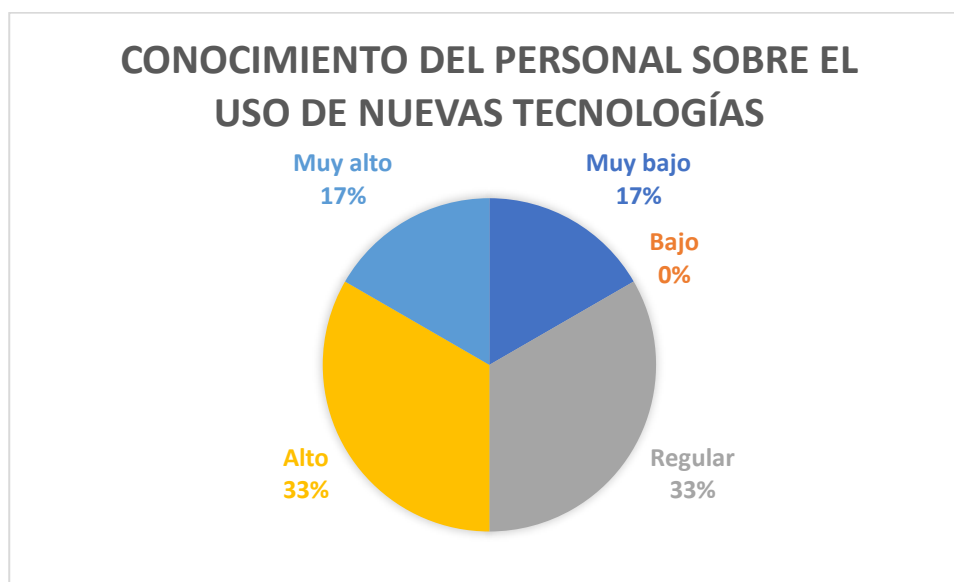
Interpretación:

Los resultados obtenidos determinan que de acuerdo a los funcionarios de hoteles y restaurantes en el cantón Manta determinan que el 20% consideran que el nivel de innovación tecnológica en sus lugares de trabajo es muy alto, el 20% considera que es alto, el 25% cree que es regular, otro 25% manifiesta que es bajo y el 10% cree que la innovación tecnológica en sus lugares de trabajo es muy baja. Esto es una de las muestras más reales de que en muchas de estas instalaciones se requiere de la modernización a través del uso de tecnologías modernas para mejorar todos sus servicios.

Encuesta aplicada a administradores de establecimientos.

1. ¿Qué nivel de conocimiento tiene el personal sobre el uso de las nuevas tecnologías implementadas?

Ilustración 22: Nivel de conocimiento de colaboradores

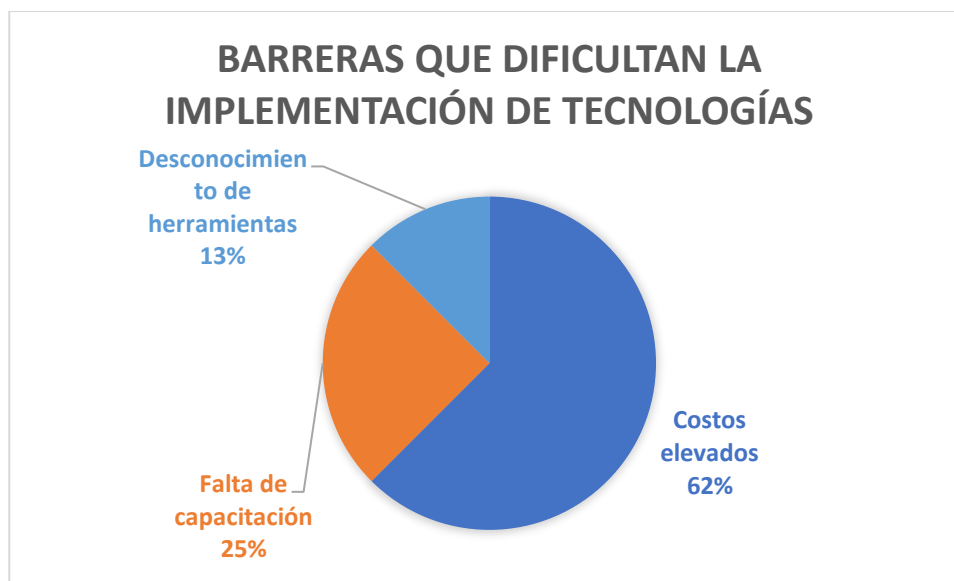


Interpretación:

Los resultados obtenidos demuestran que desde la óptica de los administradores de los restaurantes y hoteles el 33% considera que el conocimiento del personal sobre el uso de nuevas tecnologías es alto, el 17% considera que es muy alto, por otro lado, el 33% considera que ese conocimiento es regular y el 17% concluye que este conocimiento es muy bajo. En este sentido los administradores al relacionarse directamente con sus colaboradores se pueden considerar como una voz autorizada para dar su opinión sobre las actitudes y competencias del personal bajo su cargo.

2. ¿Qué factor considera la mayor barrera para implementar nuevas tecnologías?

Ilustración 23: Barreras que dificultan la implementación de nuevas tecnologías

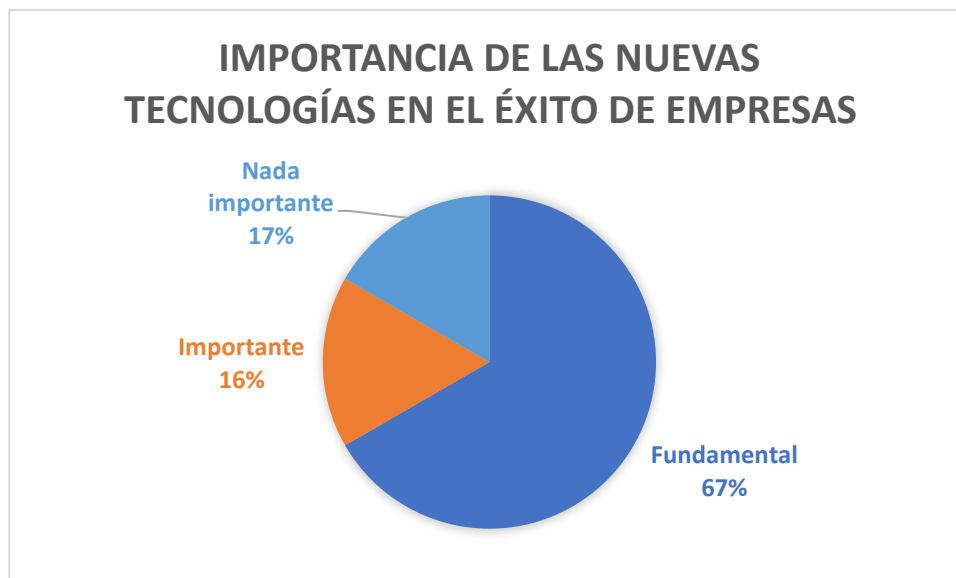


Interpretación:

Los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento de recolección de datos determinan que los administradores de estas instalaciones manifiestan que los costos elevados de la aplicación de estas tecnologías es la principal barrera que influye en la no implementación de dichas herramientas, el 25% manifiestan que es por la falta de capacitación del personal y el 13% plantean que es el desconocimiento general de las aplicaciones, es decir no solo de los operarios sino de los mismos clientes que no podían adaptarse al uso de las mismas de manera adecuada.

3. ¿Qué tan importante considera la tecnología para el éxito futuro de su empresa?

Ilustración 24: Importancia del uso de tecnologías en el éxito futuro de las empresas turísticas

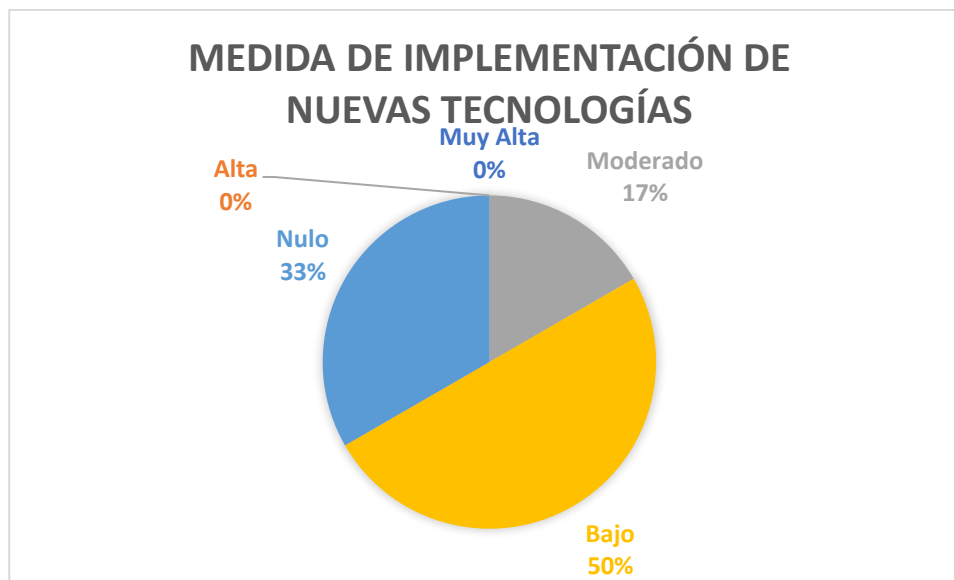


Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos a los administradores de hoteles y restaurantes en el cantón Manta determinan que el 67% considera que la implementación de tecnologías modernas en los procesos operativos de las entidades que administran es un factor fundamental para el éxito futuro de su empresa, el 16% considera que su implementación si es importante mientras que el 17% considera que no es nada relevante su implementación y por ello no es determinante su presencia en el éxito futuro de estas empresas.

4. ¿En qué medida considera que su establecimiento ha implementado nuevas tecnologías (IA, Big Data, chatbots, etc.) en los últimos años?

Ilustración 25: Medida de implementación de nuevas tecnologías en los últimos años

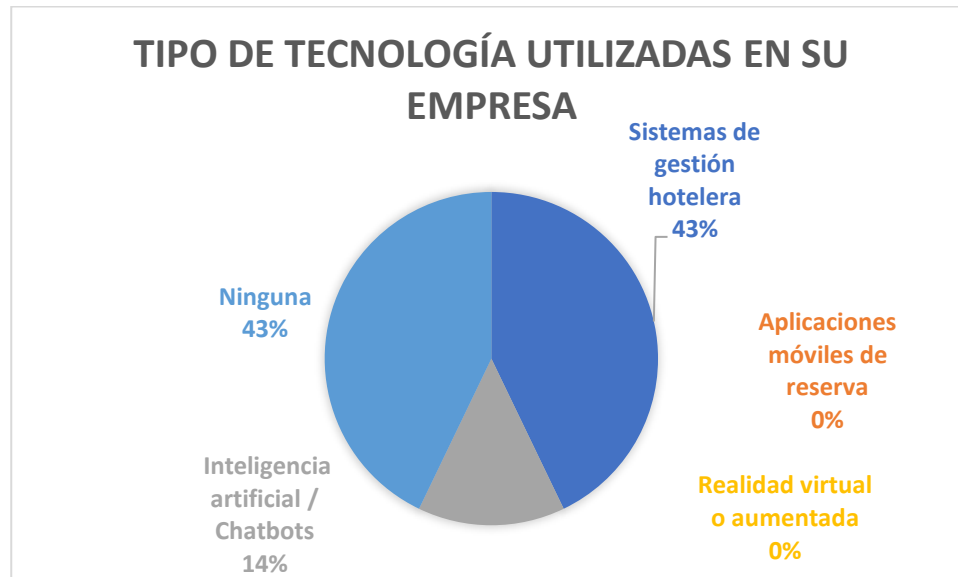


Interpretación:

Las respuestas brindadas a partir de los administradores de hoteles y restaurantes a los que se les aplicaron los instrumentos de recolección de datos demuestran que el 17% considera que la implementación de nuevas tecnologías en los últimos años ha sido solo de manera moderada, por otro lado, la mitad de los encuestados consideran que la implementación ha sido muy baja y el 33% restante manifiesta que la implementación de estas tecnologías ha sido nula. Se puede ver que el sector hotelero y turístico en general ha sido afectado económicamente por diversos factores que no les ha permitido a los dueños de estos negocios poder implementar mejoras tecnológicas.

5. ¿Qué tipo de tecnología utiliza con mayor frecuencia en su empresa?

Ilustración 26: Tecnología utilizada en la empresa

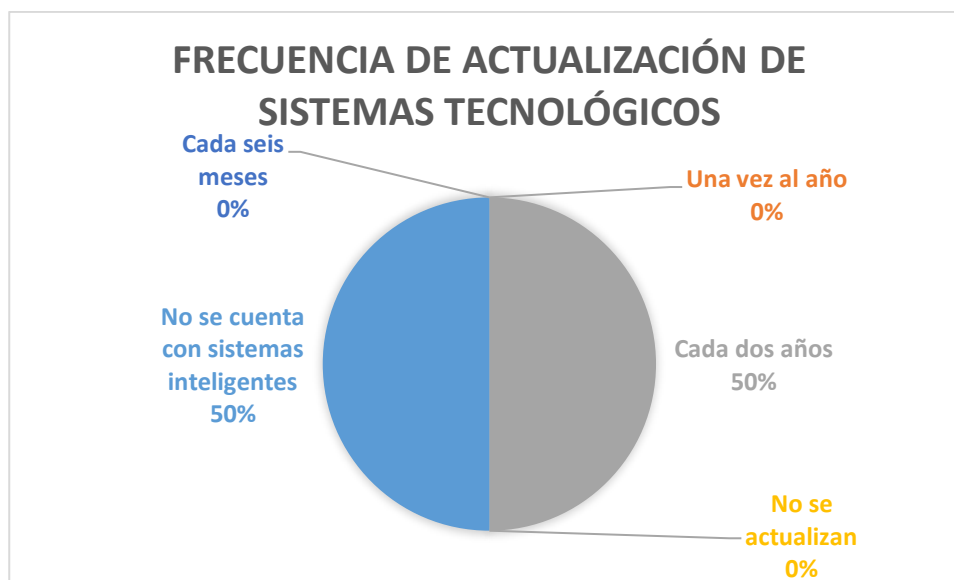


Interpretación:

Luego de aplicar la encuesta a los administradores de hoteles y restaurantes estos manifiestan que en el caso del tipo de tecnología que utilizan en sus instalaciones el 43% manifiestan que se utilizan para generar aplicaciones que se utilizan en los sistemas de gestión hotelera, el 14% manifiesta que se utilizan para generar formatos tipo IA que faciliten la interacción con los potenciales clientes de la empresa y el 43% restante manifiesta que no utilizan ningún tipo de aplicación dentro de la gestión hotelera, lo cual es realmente preocupante considerando el hecho que no se utilizan tecnologías modernas para mejorar la gestión de la atención al cliente en sus instalaciones.

6. ¿Con qué frecuencia se actualizan los sistemas tecnológicos de su establecimiento?

Ilustración 27: Frecuencia con la que se utilizan los sistemas tecnológicos en los hoteles y restaurantes

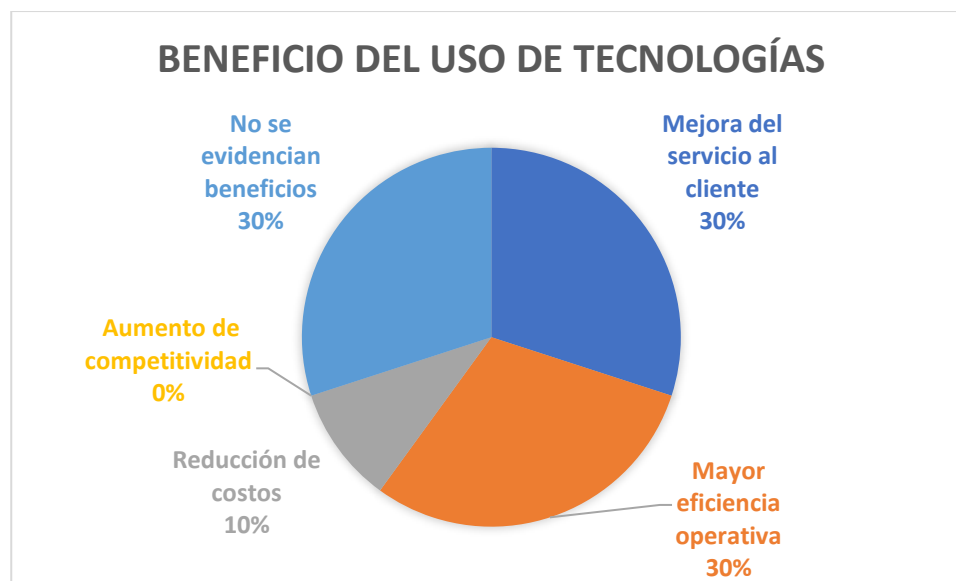


Introducción:

Luego de aplicar la encuesta a los administradores de hoteles y restaurantes estos manifiestan que, en el caso de la frecuencia con la que se actualizan los sistemas tecnológicos el 50% de los encuestados manifiestan que se actualizan los sistemas tecnológicos cada dos años y la otra mitad de los encuestados manifiestan que no se actualizan o no se cuentan con sistemas inteligentes dentro de la operatividad de los hoteles y restaurantes. Esto permite entender que dentro de las instalaciones hubo sus implementaciones tecnológicas, pero en su gran mayoría no se actualizaron o se renovaron para brindar mejores servicios.

7. ¿Cuál considera que es el principal beneficio del uso de tecnologías en su negocio?

Ilustración 28: Beneficios del uso de tecnologías en su negocio



Interpretación:

Los resultados obtenidos a partir de la implementación del instrumento de recolección de datos a los administradores de estas entidades demuestran que el 30% considera que se ha obtenido mejoras en el servicio al cliente, otro 30% considera mejoras en la eficiencia operativa, el 10% ha evidenciado que se han reducido sus costos operativos y el 30% consideran que no se han evidenciado ningún tipo de beneficios a partir de la aplicación de las mejoras tecnológicas a nivel de las entidades dedicadas a los hoteles y restaurantes del cantón Manta.

8. ¿Qué impacto considera que tienen las nuevas tecnologías en la experiencia del cliente?

Ilustración 29: Impacto de las nuevas tecnologías en la satisfacción del cliente



Interpretación:

Los resultados que se han obtenido a partir de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos a los administradores de hoteles y restaurantes determinan que el 33% considera que el impacto de las nuevas tecnologías en la experiencia o satisfacción de los clientes es muy positivo, el 17% considera que es positiva y la mitad de los encuestados cree que estas no han generado beneficios o simplemente no saben. De esta manera se evidencia que aún existe funcionarios o administradores que no conocen del todo las aplicaciones y sus beneficios en la satisfacción de los clientes.

9. ¿En qué área cree que la tecnología ha generado mayores mejoras?

Ilustración 30: Áreas en las que la tecnología ocasionó mejora



Interpretación:

Los datos arrojados a partir de la implementación de los instrumentos de recolección de datos a los administradores de hoteles y restaurantes se pueden establecer que en torno a las áreas o aspectos que ha mejorado la implementación de medios tecnológicos en sus instalaciones, el 72% manifiestan que las mejoras no son visibles, el 14% considera que la atención a los clientes se optimizó y el otro 14% restante manifiesta que se mejoraron aspectos como las reservas y la gestión operativa. Esto permite comprender que no se llega a entender o dimensionar correctamente el verdadero impacto que podría tener la adecuada implementación de estas herramientas en su quehacer laboral o los réditos económicos obtenidos por la entidad.

6.2. Discusión de resultados.

Los resultados evidencian que la implementación de nuevas tecnologías en las empresas hoteleras y restaurantes del cantón Manta se encuentra en un nivel intermedio y desigual. Si bien se observan avances parciales, persisten limitaciones estructurales, operativas y culturales que dificultan una adopción tecnológica integral en el sector.

Desde la perspectiva de los clientes, el uso de herramientas tecnológicas modernas no se percibe como frecuente, ya que estas se utilizan de manera ocasional o inexistente. Esto indica que, aunque existen esfuerzos aislados de modernización, no se ha logrado una integración homogénea en el sector hotelero y gastronómico. No obstante, la mayoría de los clientes reconoce la importancia de la tecnología para mejorar la experiencia del servicio, lo que evidencia una brecha entre sus expectativas y la realidad operativa de los establecimientos.

Asimismo, aunque una parte significativa de los usuarios identifica beneficios en términos de rapidez y eficiencia, los niveles de satisfacción se mantienen mayoritariamente en posiciones neutrales o negativas. Esto sugiere que las tecnologías implementadas no siempre resultan intuitivas, funcionales o adecuadamente explicadas por el personal, lo que reduce su impacto positivo. Además, la preferencia predominante por una atención humana o mixta refleja que la tecnología aún no genera suficiente confianza para sustituir o complementar eficazmente el trato personalizado que demandan los clientes.

En cuanto al personal, si bien se reconoce que la tecnología puede mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio, este criterio no es unánime. Entre las principales barreras identificadas destacan la falta de conocimientos técnicos, las limitaciones económicas y la infraestructura insuficiente. Esto confirma que la transformación digital no depende únicamente de la voluntad de los propietarios o administradores, sino también de condiciones organizacionales y financieras adecuadas.

Por su parte, los administradores y propietarios muestran una postura ambivalente: reconocen que la tecnología es clave para el éxito futuro de sus negocios, pero la implementación de herramientas avanzadas como inteligencia artificial, análisis de datos o chatbots es baja o inexistente. Esta situación revela una discrepancia entre el discurso estratégico y las prácticas operativas reales.

Los costos elevados constituyen la principal barrera señalada por los administradores, seguidos por la falta de capacitación del personal y el desconocimiento de los beneficios potenciales. Además, la ausencia de resultados visibles podría estar relacionada con una implementación inadecuada, falta de seguimiento, inexistencia de indicadores de desempeño o desconocimiento del verdadero alcance de estas herramientas.

El análisis correlacional evidencia que existe una relación directa entre el bajo nivel de implementación tecnológica y los niveles moderados de satisfacción del cliente en hoteles y restaurantes de Manta. Aunque la mayoría de los usuarios reconoce que la tecnología mejora la rapidez y eficiencia del servicio, su uso aún es poco frecuente y no siempre funcional o intuitivo, lo que limita su impacto positivo en la experiencia del cliente. Asimismo, se observa una correlación positiva entre la percepción de importancia de la

tecnología y la intención de recomendación de los establecimientos, lo que confirma que la innovación tecnológica influye en la competitividad y posicionamiento del negocio, aunque no sustituye la preferencia por una atención humana o mixta.

En conjunto, los hallazgos permiten concluir que el sector hotelero y gastronómico de Manta se encuentra en una fase inicial de transformación digital, caracterizada por avances puntuales, baja actualización tecnológica y limitada apropiación por parte del talento humano. La ausencia de estrategias integrales de implementación, capacitación y evaluación del impacto tecnológico restringe los beneficios potenciales en términos de competitividad, eficiencia y satisfacción del cliente.

7. CONCLUSIONES.

- La investigación permitió concluir que la implementación de nuevas tecnologías en las empresas hoteleras y de restaurantes del cantón Manta se encuentra en un nivel intermedio y desigual, caracterizado por avances parciales y una limitada adopción de herramientas tecnológicas modernas. Si bien algunos establecimientos han incorporado sistemas básicos de gestión y atención, aún no existe una transformación digital integral en el sector.
- Desde la óptica de los clientes se determinó que el uso de tecnologías modernas no es percibido como frecuente, ya que la mayoría considera que estas se utilizan solo de manera ocasional o rara vez. No obstante, los clientes reconocen mayoritariamente la importancia de la tecnología para mejorar la rapidez, eficiencia y calidad del servicio, evidenciando una brecha significativa entre las expectativas del usuario y la realidad operativa de los establecimientos.
- La falta de capacitación constante, la resistencia al cambio y el temor al reemplazo laboral por tecnologías como la inteligencia artificial constituyen factores determinantes que dificultan la adopción efectiva de nuevas tecnologías. Asimismo, se evidenció que una parte significativa del personal percibe la adaptación tecnológica como un proceso complejo, lo que afecta la eficiencia operativa.
- Las principales barreras para la implementación de nuevas tecnologías en las empresas hoteleras y de restaurantes de Manta son los altos costos de inversión, la falta de capacitación del personal, el desconocimiento de los

beneficios tecnológicos y la insuficiente infraestructura tecnológica. Estas limitaciones reducen la competitividad y dificultan la innovación en el sector

8. RECOMENDACIONES.

- Las empresas hoteleras y de restaurantes del cantón Manta deben desarrollar planes estratégicos de transformación digital, que permitan una implementación progresiva y planificada de nuevas tecnologías, evitando adopciones aisladas y garantizando una integración coherente en los procesos operativos y de atención al cliente.
- Se debe fortalecer la experiencia del cliente mediante la incorporación de tecnologías orientadas al servicio, tales como sistemas de reservas en línea, menús digitales, pagos electrónicos y plataformas de retroalimentación, asegurando que estas herramientas sean intuitivas, accesibles y complementen la atención personalizada.
- Implementar programas permanentes de capacitación tecnológica dirigidos a los funcionarios, con el fin de reducir la resistencia al cambio, mejorar las competencias digitales y fomentar una cultura organizacional orientada a la innovación y al uso eficiente de las tecnologías.
- Los administradores y propietarios deben realizar evaluaciones costo-beneficio previas a la adopción de nuevas tecnologías, permitiendo identificar aquellas herramientas que generen un mayor impacto en la eficiencia operativa, competitividad y satisfacción del cliente, optimizando así los recursos económicos disponibles.

9. Referencias

ACTIU. (07 de 2025). *ACTIU*. Obtenido de

https://www.actiu.com/es/blog/hospitality/que-es-hospitality/?utm_source

Andreu, M. N.-I. (2015). *Temas pendientes y nuevas oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo*. Barcelona: Publicaciones de la Universitat de Barcelona .

Carmona, G. (2012). *HOSPITALITY COMPETITIVENESS MEASUREMENT* .
Monterrey, México: READINGS BOOK.

Fernández, M. C. (2018). *Patrimonio cultural y Marketing Digital*. Madrid: Editorial Dykinson.

Gaibor Delgado et al. (10 de 2018). *Ciencia Digital*. Obtenido de Ciencia Digital:
<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.217>

González, M., & León, C. J. (2010). *TURISMO SOSTENIBLE Y BIENESTAR SOCIAL: ¿Cómo innovar esta industria global?* Barcelona: Ediciones Erasmus.

Gorrochategui, N. (2019). *Gobernanza moderna*. Buenos aires : Ediciones de la Universids de Buenos .

HotelTechReport. (02 de 04 de 2025). *HotelTechReport* . Obtenido de
https://hoteltechreport.com/es/news/hospitality-statistics?utm_source

Lagos, A. (10 de 06 de 2025). *MEWS* . Obtenido de
https://www.mews.com/es/blog/que-es-hospitality?utm_source

Ley 97. (12 de Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002). Obtenido de
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

María Alejandra Gazzera, e. a. (2010). *LAS EMPRESAS TURÍSTICAS Y SU ADMINISTRACION* . Buenos Aires: Editorial de la Universidad Nacional del Comahue.

Marmolejo, J. (2021). *TURISMO: NUEVAS TENDENCIAS Y DESAFÍOS ANTE UN ESCENARIO POST-COVID*. Madrid : Editorial Dykinson .

Monroy-Castañeda. (2024). Mercadotecnia de servicios y satisfacción del huésped en la hotelería. . *SCIELO*.

Moscardó Zaforteza, C. (2023). *La digitalización en el sector turístico y hotelero: Impacto y perspectivas de futuro*.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/75338>. Obtenido de
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/75338>.

Navarro, L. (2024). *Accesibilidad, traducción y nuevas tecnologías*. Alicante : John Benjamins Publishing Company.

OMT. (2001). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

OMT. (2016). *OMT*. Obtenido de OMT: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

OMT. (2017). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO. (s.f.). Obtenido de

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Rodríguez, M. (2019). *Nuevas tendencias y retos en el sector turismo: un enfoque multidisciplinar*. Madrid: Grupo Vanchri.

Santillán, M. (2011). Tecnologías de información en la industria turística: barreras y oportunidades. *Revista de Estudios Turísticos*, 33–48.

UNWTO. (2010). *Tourism Highlights 2010 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). Obtenido de Tourism Highlights 2010 Edition. World Tourism Organization (UNWTO).: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413721>

UNWTO. (2015). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. World Tourism Organization (UNWTO). Obtenido de Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. World Tourism Organization (UNWTO).: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413721>

Vargas et al. (21 de 07 de 2021). *arXiv*. Obtenido de arXiv: https://arxiv.org/abs/2107.10328?utm_source