



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ**

SUCRE 1016.E01

CAMPUS: DR. HECTOR USCOCOVICH BALDA

FACULTAD DE ADMINISTRACION HOTELERA Y TURISTICA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

TEMA

**APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS HOTELEROS EN
BAHÍA DE CARÁQUEZ.**

AUTOR

VERA MEZA XAVIER ANDRES

TUTOR

LIC. CARLOS CHICA MEDRANDA. MG. EDS

BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

LIC. CARLOS CHICA MEDRANDA. MG. CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSION BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado “**Aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión de los servicios hoteleros en Bahía de Caráquez**”, elaborado por el egresado **Vera Meza Xavier Andrés**, ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de Administración Hotelera y Turística.

En consecuencia autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, Junio del 2016

Lic. Carlos Chica Medranda. Mg. Eds
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta Tesis corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro “de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

El autor

Vera Meza Xavier Andrés

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica “**Eloy Alfaro de Manabí**”, Extensión Dr. Héctor Uscocovich Balda y a la Facultad de Administración Turística y Hotelera, por brindarme la oportunidad de adquirir el título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas.

Al Decano. **Abg. Arturo de la Rosa Villao. Mg.** por su apoyo a la finalización de esta carrera profesional.

De la misma manera al Director de Tesis, **Lic. Carlos Chica Medranda. Mg. Eds.** El mismo que con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo.

A todos los catedráticos de la Extensión Bahía de Caráquez en especial al coordinador de la carrera, por compartir sus sabios conocimientos que permitieron llegar a alcanzar nuestras metas.

A mi familia y compañeros de carrera que durante el proceso de formación en la Universidad dejaron una profunda amistad y compañerismo para lograr este título profesional.

Vera Meza Xavier Andrés

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico primero a **DIOS**, ya que sin la bendición de él nada podemos hacer.

De manera muy especial y amorosa a mi pequeño **hijo Derek Xavier** que es el motorcito que me motiva y me da fuerzas para seguir adelante y no bajar los brazos en momentos difíciles.

A mi mujer **Rosa Erazo** por ser parte importante y especial en mi vida, gracias por comprenderme y ayudarme en todo y por abrirme las puertas de su familia que ahora la considero mía.

De todo corazón a aquellas mujeres que incansablemente han luchado por mí, han sido mi soporte, mis mejores amigas, mis consejeras, mi apoyo, mi guía, mi todo para seguir adelante cuando he querido desmayar. Ellas son, **mi Mamita Lola, mi Mami Santa y mi querida Madre Janeth Meza.**

A mis **hermanos Marcos, Dayana y Fernando** por ser personas muy especiales en el transcurso de mi vida.

Vera Meza Xavier Andrés

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI
RESUMEN DE LA TESIS DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS HOTELERAS

“Aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión de los servicios hoteleros en Bahía de Caráquez”

RESUMEN

El presente trabajo de investigación presenta en sus diferentes partes la introducción, donde se plantea el propósito de la investigación, la justificación, las tareas científicas, el campo, el objeto, el método y las normas que se exigen para el desarrollo del presente trabajo de titulación.

El capítulo I, es el desarrollo de toda la teoría relacionada con las dos variables, en este caso las tecnologías de la información y comunicación TIC y la gestión de los servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez, con esto se fortalece el trabajo investigativo.

El capítulo II presenta los principales resultados de las encuestas aplicadas al sector hotelero; y turistas que arribaron hasta la ciudad durante el tiempo de investigación, para conocer de cerca que tipo de tecnología usaron para seleccionar el hotel de su gusto en la ciudad de Bahía de Caráquez.

El capítulo III presenta una propuesta como es la creación de un portal web para la promoción de los servicios hoteleros que tiene esta industria en la ciudad, y poder mejorar el flujo de turistas para el cantón Sucre.

Descriptores:

Variable independiente – **Tecnologías de la información y comunicación**

Variable dependiente – **Gestión de los servicios hoteleros**

TABLA DE CONTENIDO

Caratula	
Certificación	ii
Autoría	iii
Aprobación del tribunal examinador	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen ejecutivo	vii
Índice	viii
Introducción	1
Capítulo I	7
1. Marco teórico	7
1.1. Variable independiente	7
1.1.1. Que son las tic	7
1.1.2. Importancia de las TIC en el sector del turismo	8
1.1.3. Los procesos en el seno del turismo	9
1.1.4. La diversidad de innovaciones en turismo	11
1.1.5. Producto turístico que utilizan las TIC	12
1.1.6. La participación de redes de cooperación	14
1.1.7. El empleo de páginas web	15
1.2. Variable independiente gestión de los servicios	16
1.2.1. La gestión de hoteles en el turismo	16
1.2.2. La calidad de servicios	17
1.2.3. Las necesidades de los huéspedes de información	18
1.2.4. Clientes, turistas y gestión hoteles	18
1.2.5. Servicios hoteleros en páginas web	19
1.2.6. Aspectos materiales funcionales	20
1.2.7. Integración del turismo a las tic	21
1.2.8. Soportes tecnológicos como apoyo a la gestión turística	22
Capitulo II	24
2. Análisis del trabajo de campo	24

2.1. Población y muestra	24
2.2. Muestra para bahía	24
2.3. Encuesta para empresas de alojamiento	24
2.4. Encuesta para turistas	28
Capitulo III	32
3. Propuesta	32
3.1. Antecedentes	32
3.2. Justificación	32
3.3. Objetivos	33
3.3.1. Objetivo general	33
3.3.2. Objetivos específicos	33
3.4. Sustento teórico	34
3.4.1. Antecedentes del proyecto	34
3.4.1.1. Página web	34
3.4.2. Logran convertir la visita	34
3.4.3. La importancia de las redes sociales	35
3.5. Importancia	35
3.6. Proyección	36
3.7. Factibilidad	37
3.8. Descripción de la propuesta	38
3.9. Involucrados	39
3.10. Desarrollo de la página web	39
3.11. Diseño del sitio web de búsqueda	40
3.11.1. Primera presentación	41
3.11.2. Segunda presentación	42
3.11.3. Tercera presentación	43
3.11.4. Información de hoteles	44
3.12. Formas de financiamiento	44
3.13. Impacto de la aplicación de la propuesta	45
Conclusiones y recomendaciones	46
Conclusiones	46
Recomendaciones	47

Bibliografía	48
Anexos 1	50
Anexo 2	54

Índice de Imágenes

Imagen # 1	42
Imagen # 2	43
Imagen # 3	44
Imagen # 4	45
Imagen # 5	46

Índice de tablas

Tabla # 1	52
Tabla # 2	52
Tabla # 3	52
Tabla # 4	53
Tabla # 5	53
Tabla # 6	53
Tabla # 7	54
Tabla # 8	54
Tabla # 9	54
Tabla # 10	55
Tabla # 11	55
Tabla # 12	55
Tabla # 13	55
Tabla # 14	56
Tabla # 15	56
Tabla # 16	56

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se justifica por la necesidad de introducir en las empresas hoteleras tecnologías de la información y comunicación, cuyas formas de realizarlas sean cada vez más efectivos para promocionar los servicios que ofrecen toda la cadena hotelera de sus instalaciones., Se ha conocido en las empresas hoteleras que no todas realizan sus promociones por medios electrónicos están fuera de alcanzar niveles de ocupación anual en relación con aquellos hoteles que si los tienen, las páginas web han sido poco utilizadas por este sector de la economía turística, por lo que su gran abanico sigue siendo extenso para quienes ofertan en el turismo desde este tipo de plataforma, el turismo moderno del siglo 21 requiere de empresas que estén a la vanguardia y de la tecnología necesaria para su desarrollo.

El desarrollo del sector turístico es un fenómeno que se ha disparado últimamente como consecuencia de toda una serie de factores, entre los que cabe destacar la creciente globalización, los cambios en la demanda, la flexibilidad en los trámites de fronteras, el descanso creciente retribuido, el aumento de la competencia o la aceleración del desarrollo y difusión de nuevas tecnologías, entre las que se encuentran las de información y comunicación. (Luana Lacramioara. 2007)

El turismo es una de las actividades con la mayor generación de cambios económicos asociados al fenómeno de la globalización. Millones de ciudadanos de los países más ricos destinan una parte cada vez mayor de sus presupuestos de consumo a viajar por otros países. Las consecuencias sociales y económicas son extraordinarias. Para muchos países en desarrollo el turismo es la primera fuente de ingresos. El turismo genera un gran número de puestos de trabajo. De forma secundaria, el turismo estimula también movimientos comerciales e inversiones trasfronterizas. (Ulises Castro, 2006)

Pero a veces el turismo presenta también aspectos negativos y genera graves problemas. Los resorts y las actividades de los turistas pueden dañar de forma irreversible equilibrios ecológicos y paisajes naturales. Para algunos países el impacto cultural puede tener efectos destructivos.

"El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos" (Cuervo, 1967:29). Para dar otra referencia se tiene también el turismo desde un punto de vista de la teoría general de los sistemas como es: "un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente. Siendo estos elementos: uno dinámico, el turista; tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino, y un elemento económico, la industria turística" (Leiper, 1979:309).

En este contexto, todas las estrategias competitivas que siguen las empresas dependen estrechamente de la información, que se convierte así en un recurso vital para esta industria, si bien precisa ser integrada para añadir valor a la gestión del negocio (Poon, 1993). Además, la propia esencia de la actividad turística caracterizada por una amplia diversidad de productos y destinos de gran complejidad, la heterogeneidad de los turistas y la sofisticación de sus demandas, convierte a la información en un factor crítico para estas empresas.

El potencial de desarrollo de las tecnologías de la información en el turismo se explica, según Martín (1999), por la coexistencia de dos factores. Por una parte, el turismo es un negocio esencialmente interterritorial con una gran necesidad de comunicaciones rápidas, fiables y seguras que permitan la promoción y comercialización de los productos desde puntos de oferta alejados de los puntos de venta y, por otra parte, el sector de ocio necesita disponer de herramientas de demostración y promoción basadas en imágenes y medios audiovisuales cada día más flexibles y atractivas.

Las tecnologías de la información y comunicación han sido relevantes en los principales hoteles de cadena internacional en todo el mundo, solo por mencionar se puede considerar a los Sheraton Four Point, Marriot Hotel, la cadena Decamerón, entre otras han usado de forma efectiva las tecnologías para captar clientes en páginas web y redes sociales con promociones que hacen que sus empresas pasen un promedio de ocupación del 75% por arriba de la media de cualquier otro hotel que no use este tipo de tecnologías, la gestión de los servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez ha sido muy baja, ya que la mayoría de ellos trabajan de forma independiente y muchas veces sin tener acceso a redes internacionales de ventas de habitaciones como sucede con los grandes hoteles y cadenas de renombres.

Revisando los archivos de la ULEAM se ha encontrado temas de investigación anteriores relacionados con una de las variables como es el tema de la autora Amira Cedeño Menéndez, cuyo tema fue: “Creación y difusión de una página web para fortalecer y promover los atractivos turísticos del cantón Pedernales a nivel nacional e internacional durante el periodo 2011”, la actual propuesta pretende ser fresca y novedosa para establecer el uso de las tecnologías en la gestión hotelera, su promoción en las principales páginas del internet.

Los principales beneficiarios de la investigación con la puesta en marcha de medios electrónicos, son las empresas hoteleras de hospedajes que se encuentran la ciudad de Bahía de Caráquez, donde podrán hacer sus promociones y ofertas para clientes nacionales e internacionales.

El impacto será positivo para la industria del turismo y de la hotelería, por esto los turistas podrán realizar sus consultas y reservaciones en medios electrónicos que los conectan de manera directa con las empresas hoteleras de la ciudad.

El trabajo tiene su propio diseño metodológico por lo que el **problema científico** ¿De qué manera las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez?

La realidad del problema se presenta como **objeto**: El proceso de comunicación.

La relación entre el problema, el objeto y el objetivo permite determinar cómo **campo** de investigación lo siguiente: Aplicación de las TIC en la gestión Turística.

El **objetivo** de la presente investigación se enuncia de la siguiente manera: Determinar de qué manera las tecnologías de información y comunicación mejorará la gestión de los servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Las variables conceptuales descritas en el trabajo son: **Variable independiente.**- Las Tic.- Cada vez más las empresas recurren a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como una opción de supervivencia. En este ámbito, las empresas turísticas no se han quedado atrás y también han optado por introducirlas en sus actividades logrando incrementar su productividad y su competitividad en el mercado. Uno de los grandes aportes que proporcionan éstas a las empresas turísticas son las Soluciones TIC que facilitan la accesibilidad, el manejo de la información en la gestión y son diseñadas para contribuir a auxiliar en problemas específicos en los diversos subsectores de la industria turística.

Estas soluciones deben tener la capacidad de integración, permitiendo el proceso y difusión de todo tipo de información en sus diferentes departamentos. El éxito de la implementación de las TIC conlleva procesos y

herramientas que deben ser usadas para seleccionar la más relevante de acuerdo con su estrategia competitiva, es decir, deben ser adaptadas de forma inteligente. (Ramírez, Y, 2015)

Gracias al uso de las Tic's y su impacto en la innovación, pero también al cambio organizativo dentro de la empresa, se han mejorado los registros de productividad; ello favorece una mayor competitividad en un contexto cambiante y de fuerte presión del entorno.

La variable dependiente.- La gestión servicios hoteleros.- Es importante que la gestión hotelera esté considerada como un modelo de calidad que va dirigido hacia los clientes como también a la calidad del servicio prestado.

Cuando se trata de la gestión hotelera hay que decir que la calidad es la medida por la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de los clientes turistas, si bien las expectativas son una cuestión individual de cada persona, básicamente se tratan de los aspectos materiales y funcionales que posea el servicio. Es por ello que la gestión hotelera constituye un reto para toda empresa hotelera en cuanto a desarrollar una gestión que asegure que dichos servicios sean percibidos por todos los clientes conforme a los que los pueda satisfacer.

Las tareas científicas son las siguientes. 1.- Análisis histórico de los aspectos teóricos relacionados a la gestión de los servicios hoteleros. 2.- Analizar la situación actual de las empresas hoteleras en Bahía de Caráquez. 3.- Diagnosticar la gestión de las empresas hoteleras con las TIC en Bahía de Caráquez. 4.- Desarrollar una propuesta la factibilidad de aplicación de las APP (Aplicaciones Web) en la gestión de las empresas hoteleras.

Las fuentes de información serán las documentales. Se utilizarán como **instrumentos** los antecedentes de empresas hoteleras y turísticas que

hayan logrado posicionarse bajo la aplicación de TIC en la gestión de la promoción de sus servicios en la ciudad de Bahía de Caráquez, se estructurarán formularios de preguntas para las encuestas para determinar la aplicación de estas tecnologías en la gestión hotelera en los sectores mencionados.

Se aplicará la investigación **exploratoria y descriptiva**.- Las mismas que permitirán detectar las respuestas a los interrogantes. Toda vez que el nivel exploratorio constituye el nivel inferior de la investigación porque pone al investigador en contacto con la realidad a auscultar sobre la que se realiza una investigación sistemática y profunda.

El presente trabajo de investigación se realizará con los siguientes **métodos de investigación**: Investigación Histórica que permitirá conocer antecedentes de otras empresas hoteleras que tengan portales electrónicos para difundir y promocionar sus productos en el turismo nacional e internacional.

En el presente proyecto de investigación se utilizaron las siguientes **técnicas e instrumentos**: Lectura científica.- Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización del Marco Teórico.

Instrumento.- Se utilizaron organigramas funcionales y fichas bibliográficas para sintetizar la información.

Encuesta.- Se aplicó al sector hotelero de Bahía de Caráquez, a través de una encuesta con preguntas cerradas para valorar la incidencia de las TIC en la gestión de los servicios hoteleros.

Población

La población para la presente investigación la constituye el sector hotelero y turistas de Bahía de Caráquez.

Muestra.

- 19 empresas hoteleras en Bahía
- 30 turistas tomados al azar

Como la población esta censada y son 19 hoteles se debe usar el muestreo probabilístico, para ello se utilizó la norma internacional ISO 2859: 2003, y el muestreo de aceptación por atributos

Partiendo de una población de 19 hoteles y con un nivel de inspección III estrecho, se determina una letra código D en la tabla 10,1 de la página 405, con esta letra código se determina en la tabla 10,3 en la página 409 un tamaño de muestra a 8 hoteles.

CAPITULO I

1. Marco teórico

1.1. Análisis histórico de las TIC en la gestión de servicios hoteleros.

Revisando antecedentes del uso de las tecnologías de la información y comunicación aplicadas a la gestión de servicios hoteleros, se ha encontrado que para el área de Bahía de Caráquez el sector de menor rango como hostales y pensiones, no cuentan con estos servicios que son fundamentales para la promoción del turismo y la hotelería en el cantón Sucre, por esta razón se plantea una propuesta de blogs para la publicidad de importantes productos turísticos.

1.1.1. ¿Qué son las TIC?

Las TIC son un conjunto de avances tecnológicos, posibilitados por la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, todas éstas proporcionan herramientas para el tratamiento y la difusión de la información y contar con diversos canales de comunicación. (Graells, 2011).

Las TIC se presentan de diversas maneras han promovido que rápidamente el mundo siga su marcha de manera agilizada ya que facilita nuestra vida personal y profesional, y es que acertadamente las TIC están revolucionando particularmente la forma de hacer negocios y llevar información.

Sirven para optimizar el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación. Permiten actuar sobre la información y generar mayor conocimiento e inteligencia. Abarcan todos los ámbitos de la experiencia humana. Están en todas partes y modifican los ámbitos de la experiencia cotidiana: el trabajo, las formas de estudiar, las modalidades para comprar y

vender, los trámites, el aprendizaje y el acceso a la salud, entre otros. (Mela, 2013)

La tecnología está inmersa en todos los puntos de la vida humana, ya sea de diversos enfoques, pero en los últimos años las tecnologías han evolucionado a grandes pasos y han adquirido importancia en todos los ámbitos laborales y cómo no, en el educativo. Las tecnologías han revolucionado la actualidad, hoy en día, quien no sepa desenvolverse con ellas se queda atrasado, hasta tal punto que en la actualidad se ha creado un fenómeno

La UNESCO aplica una estrategia amplia e integradora en lo tocante a la promoción de las TIC en la educación. El acceso, la integración y la calidad figuran entre los principales problemas que las TIC pueden abordar. El dispositivo intersectorial de la UNESCO para el aprendizaje potenciado por las TIC aborda estos temas mediante la labor conjunta de sus tres sectores: Comunicación e Información, Educación y Ciencias.

1.1.2. Importancia de las Tic en el sector turístico

Las tics (sobre todo el internet) le han dado a todas las organizaciones turísticas herramientas muy útiles para dar a conocer campañas publicitarias, facilidades para la compra de productos o servicios vía internet, gracias a esto facilita que todo usuario interesado en su información tenga un fácil acceso a ella, gracias a esto las empresas turísticas tienen la oportunidad de abarcar un mayor porcentaje de oferta al cliente dentro del ámbito empresarial, dándole mayor auge y competitividad gracias a la vanguardia e innovación, al igual que estándares de calidad y de mercado que va desarrollando a diferencia de empresas que administren el mismo tipo de servicio que esta emplee. (Flores, 2013)

El paso o uso de las TIC y su presencia en la vida cotidiana de las personas hacen que la contribución de las TIC a la cadena de accesibilidad del Turismo se realice a lo largo de todas los eslabones que engloba. Está presente en la fase de información y de formación (a turistas y proveedores de servicios), en la de contratación, en hacer los entornos utilizables y seguros y en ofrecer servicios personalizados. Su aparición establece el auge del aumento económico que grandes y medianas empresas contienen promoviendo el turismo con el uso de estas herramientas de información.

El turismo accesible es aquel que permite hacer turismo y viajar de forma accesible a todas las personas, entre las que se encuentran personas con discapacidad permanente o transitoria, personas mayores, familias con niños pequeños, enfermos crónicos o personas dependientes en general. Por tanto contempla requisitos determinados de acceso (movilidad, visión, audición o cognitivo) para que cualquier persona haga uso de forma lo más autónoma posible y con dignidad de productos, servicios y entornos turísticos. Estos deben ser accesibles de por sí y además deben ser alcanzable. (Tejerina, 2013)

Sin duda alguna las Tic aportan significativamente a la reducción de costes en las empresas, ahorrando no solo dinero sino tiempo de producción en relación al uso de hombres y recursos energéticos. En nuestro país el Ecuador está en favoritismo por la implementación de estas metodologías, y es imposible imaginar en el trabajo de un profesional sin el uso de estas.

1.1.3. Los procesos de las Tic en las empresas turísticas

Gracias al uso de las Tic y su impacto en la innovación, pero también al cambio organizativo dentro de la empresa, se han mejorado los registros de

productividad; ello favorece una mayor competitividad en un contexto cambiante y de fuerte presión del entorno. (Cordero, 2012)

La aplicación de las Tic en el sector turístico ha ayudado a superar algunos de los obstáculos existentes, a interiorizar el proceso en el seno de la empresa turística y a hacer más partícipes a los propios trabajadores, lo que ha dado como resultado una amplia diversidad de innovaciones de todo tipo (de producto, de proceso y organizativas).

La participación de redes de cooperación, el empleo de trabajadores con un nivel educativo elevado y la aplicación intensiva de las Tic han sido elementos indispensables en este proceso innovador.

Hoy en día las Tic han ayudado al turismo en:

- Facilitar la distribución de información y productos turísticos por Internet.
- Mejorar toda comunicación basada en la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos.
- Ofrecer productos y servicios turísticos directamente a un gran número de consumidores a un costo relativamente bajo y mantener relaciones con ellos, así como con otros productores y distribuidores.
- El turismo depende extraordinariamente de las Tic, pues antes de realizar un viaje, los turistas demandan información para planear y elegir entre múltiples opciones, y también observar la necesidad creciente de información durante y después del viaje.
- Las organizaciones han adquirido las Tic para implementar y actualizar continuamente tecnologías en sus instalaciones con el fin

de mantener una ventaja competitiva mediante la innovación de sus productos y de esta manera poder competir en el mercado.

- También ha cambiado la forma en que los consumidores planifican y compran sus vacaciones, ahora el turista puede conocer de información sobre vuelos, hoteles, restaurantes, paquetes turísticos, métodos de pago etc., desde la comodidad de su casa o trabajo y sin tener que salir para hacer todo eso.

Las TIC resultan ser una un plus muy importante en el sector Turismo. Debido a que cada día se su impacto aporta mayores beneficios a dicho sector. Se puede ver como día a día se va incrementando la demanda en las empresas turísticas, mediante la mejora de la reputación y mantenimiento de la misma. Cabe destacar que las TIC han mejorado la evolución de la estrategia de trabajo, la transmisión y recopilación de información. Hoy en día ya hay un contacto directo casi al momento con nuestros futuros usuarios. Ya podemos anticiparnos a los gustos y necesidades de nuestros clientes

1.1.4. La diversidad de innovaciones en turismo

En relación a la dinámica de la innovación en las actividades relacionadas con el turismo, la percepción lineal de la dinámica innovadora, puede ser todavía utilizada para explicar la diseminación de las innovaciones tecnológicas importadas de otros sectores, como en el caso de algunas TIC. Sin embargo y el modelo que más se ajusta a la adopción de las TIC en la distribución turística es el del ciclo inverso, ya que focaliza su análisis en el impacto de las innovaciones tecnológicas, que como ya se ha indicado son precisamente las que más peso han tenido en los últimos años gracias al uso de las TIC. (Vilaseca, 2012)

El éxito de la empresa turística en la actualidad está basado en la generación y en el aporte de conocimientos lo que interviene a gran escala debido a la capacidad de las empresas para producir, para esto la clave es la innovación del área turística, ya que la innovación es el resultado del esfuerzo de cambio de algún producto o servicio para explotar su valor y sus recursos.

1.1.5. Producto turístico que utilizan TIC.

Por lo que se refiere a la innovación en la actividad turística por las Tic, cabe denotar que los servicios turísticos y aquellos relacionados con el ocio son “bienes de experiencia”, es decir, se validan con posterioridad al consumo .Es por este motivo que las innovaciones de carácter tecnológico tienen un mayor peso y por esta razón es que el impacto de las Tic ha sido mayor, puesto que facilitan la provisión de servicios adaptados (custodiados). (Martinez, 2014)

De esta forma el impacto del turismo se personalizará de acuerdo con los intereses del usuario, además de posibilitar la compra directa de paquetes y reservaciones que incluyan únicamente lo solicitado por el turismo, las tics en el turismo ayudan a la planificación de viajes ya que los servicios ofertados por las empresas turísticas son promovidos a través de la internet por ello el acceso a la información es agilizada. Es importante presentar programas sobre destinos turísticos de forma convencional con la diferencia que el usuario podrá navegar por los destinos o actividades que más le interesen.

Las principales TIC que se utilizan en el turismo son:

- Portal turístico: Un sistema de Internet que concentra y organiza recursos informativos relativos a esta actividad; eventualmente ofrece la posibilidad de reservar y/o comprar productos y servicios.

Presentan generalmente más información que la de los sitios de Internet de compañías particulares. Son una aplicación del concepto negocio a consumidor.

- **Wireless Application System:** Corresponde al conjunto de dispositivos inalámbricos y aplicaciones para el despliegue de contenidos. Están orientados a darle independencia al consumidor sin necesidad de recurrir a las herramientas tradicionales de su oficina u hogar. Entre sus aplicaciones encontramos la posibilidad que ofrece a un turista para realizar reservaciones o cambios en su itinerario de vuelos, o bien tener acceso a información del destino al que se dirige.
- **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 y los teléfonos celulares. 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.
- **Web TV:** Consiste en un dispositivo que se conecta a un televisor convencional y en la mayoría de los casos cuenta con un teclado inalámbrico. Se conecta al teléfono o a alguna otra salida a red de comunicaciones, permitiendo el acceso a Internet por medio de la televisión. Una aplicación recurrente de esta tecnología se presenta en la hotelería, ya que forma parte de los servicios que se ofrecen en las habitaciones y le permiten al viajero tener acceso a Internet sin necesidad de una computadora, ni tener que desplazarse al centro de negocios o a algún kiosco.

- **Televisión Interactiva (DTV):** Es la suma de Internet y las transmisiones de televisión. Este sistema al igual que Web TV consta de un aparato que se conecta al televisor y a una salida a Internet, ya sea por teléfono u otro medio de conexión, pero a diferencia de WebTV éste no está diseñado para navegar por la red, sino para presentar contenido interactivo directamente en los programas de televisión. La idea básica. es presentar programas sobre destinos turísticos de forma convencional con la diferencia que el usuario podrá navegar por los destinos o actividades que más le interesen.

Hoy en día la implementación de las Tic en el turismo ha provocado la mejora y reducción de varios de los obstáculos existentes, a interiorizar el proceso en los interiores de la empresa turística y a hacer más partícipes a los propios trabajadores, lo que ha generado una amplia diversidad de innovaciones de todo tipo (de producto, de proceso y organizativas). La participación de redes de cooperación, el empleo de trabajadores con un nivel educativo elevado y la aplicación intensiva de las Tic han sido elementos indispensables en este proceso innovador.

1.1.6. La participación de redes de cooperación en empresas turísticas.

El fomento de creación de micro empresas de servicios turísticos pone especial énfasis en áreas rurales y lugares naturales; donde la estructuración de nuevos productos de alta demanda no toma en cuenta consideraciones sociales, culturales y medio ambientales, siendo que el turismo se caracteriza por ser transversal a todos los sectores y generar impactos en las dimensiones: sociales, culturales, económicas y medio ambientales; razón por la cual su consideración debe ser de carácter integral, sistémico e incluyente a los Pueblos Indígenas y Originarios como actores dinámicos en la construcción del presente para garantizar la

sostenibilidad y sustentabilidad del desarrollo turístico en el largo plazo. (Endara, 2011)

El turismo requiere contar con recursos humanos capacitados para su desarrollo, que siempre estén a la par con los estándares de calidad en relación a sus servicios, condiciones adecuadas para insertarse competitivamente en el mercado internacional. En nuestro país la investigación, la ciencia y la tecnología constituyen una posibilidad lejana para el desarrollo turístico integral, más bien la urgencia es la lucha contra la extrema pobreza, la exclusión social y la falta de empleo.

La región turística viene modulada por los agentes intermediarios que comercializan los destinos, y contribuyen a conformar el imaginario de la región turística, en conjunción con los planificadores y gestores de los destinos en las distintas escalas. La región turística es especial por ser una región híbrida y cambiante. Híbrida por ser producto combinado de una región económico-funcional, donde la actividad turística está presente, y ser al mismo tiempo región geográfica resultado de la acción humana diferencial pretérita, actual y futura, coincidente o no con divisiones político-administrativas. (Gallego, 2010)

Las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad turística han encontrado la solución al control de las demandas en el campo turístico a través de redes de cooperación que paralelamente trabaja mediante la implementación de las Tic, cada vez es más frecuente encontrar promociones turísticas en conjunto con otras actividades como la pesca, la caza, entre otras.

1.1.7. El empleo de páginas web en el sector turístico

Esto debe ser, más que un aliciente, un indicador de innovación de las TIC (con miras a un mayor escenario de competitividad tecnológica en los negocios turísticos, del cual el Perú ya ha iniciado a ser parte), para que todas las agencias de viajes y turismo de Arequipa y del Perú, utilicen las páginas Web como instrumento publicitario para dar a conocer al mundo entero sobre las bondades, atributos o características de los servicios que ofrecen vía Internet y así poder generar una demanda real de los mismos. (Zapata, 2011)

El impacto de Internet y la tecnología que la desarrolla, es un elemento de cambio en los procesos tradicionales de hacer publicidad en los que están envueltas las organizaciones en general. Esta situación actual es fruto de un proceso evolutivo desarrollado a lo largo de los últimos años, aunque la popularidad que posee Internet en la Sociedad de la Información, ha propiciado una verdadera explosión en este ámbito.

En el actual contexto global del comercio electrónico, mucho más al trata del campo del turismo una página Web promocional debe tener un uso y aprovechamiento altamente eficaz por parte de su propietario o quien la gestiona o regenta, esto se debe a que una página Web constituye una tienda virtual que está expuesta a todo el mundo las 24 horas del día, durante prácticamente todo el año.

1.2. Gestión de los servicios hoteleros

1.2.1. La gestión hotelera en el turismo

A pesar de existir dos agrupaciones diferentes son los establecimientos hoteleros el elemento básico de la oferta total del alojamiento. Una posible

definición del sector hotelero podría ser la siguiente "el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario.

A su vez, estas actividades "se diferencian de las actividades de otras organizaciones industriales y comerciales por la distinta naturaleza de los servicios y negocios que ejercen, puesto que existe una actividad principal, "la venta del alojamiento" o de las habitaciones, distinta a las otras actividades, las cuales varían según el tamaño físico del hotel, los clientes del mismo, los servicios ofrecidos, la temporada, etc. (Acuña, 2010).

Cuando se trata de la gestión hotelera se debe mencionar que la calidad es la medida por la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de los clientes turistas, si bien las expectativas son una cuestión individual de cada persona, básicamente se tratan de los aspectos materiales y funcionales que posea el servicio. El Ecuador mantiene diversas empresas hoteleras dedicadas en satisfacer completamente al turista, no obstante es importante enfocar los servicios ofertados debe cumplir las demandas en su totalidad.

1.2.2. La calidad de servicios en el turismo

La calidad en el servicio turístico es uno de los aspectos más importantes en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. Nuestra apuesta en el territorio debe ir por la vía de la calidad y no por la vía de los precios. Primero hemos de ser conscientes que los productos que ofrecemos en turismo son servicios. Esto significa que son intangibles, que no son almacenables, que son producidos y consumidos en un mismo y único momento, que requieren de la participación interactiva entre el consumidor y las personas que ofrecemos el producto y finalmente que la calidad en la prestación compensa esta intangibilidad. (Valdiviezo, 2013)

Una definición de la calidad de los servicios dice que es aquel nivel de "excelencia" que la empresa ha decidido alcanzar para satisfacer a sus clientes. Es decir que fijar la satisfacción del cliente debe ser uno de los objetivos empresariales más importantes.

El objetivo de toda gestión hotelera es sin duda poder cumplir con la exigencia de la mayoría de los clientes turistas, por lo que necesitan un modelo para poder llevar a cabo la persecución a este objetivo fundamental. Los elementos operacionales de los modelos en los cuales se basa la gestión hotelera son, por ejemplo, el análisis completo de la demanda de los servicios por parte del cliente, la clasificación de todos los productos que se encuentren en el inventario, el análisis completo de los proveedores, la gestión del transporte y la gestión de almacenamiento

1.2.3. Las necesidades de los huéspedes en información

En la actividad hotelera los empleados son quienes se encargan de acercar el servicio al cliente, convirtiéndose de esta manera en parte de lo ofrecido. En este sentido, el personal de contacto resulta ser la cara visible y constante de la empresa frente a los huéspedes, si estos no colaboran y no orientan sus esfuerzos hacia el logro de la satisfacción de los huéspedes, la cara visible y la imagen del hotel se deteriora o se rompe.

El proceso de la gestión de la calidad en servicios en la atención al huésped debe ser un compromiso y una responsabilidad creada y dirigida por la gerencia de una organización y esta debería generar los mecanismos necesarios para que los colaboradores internalicen los objetivos propuestos y al mismo tiempo se sientan parte del proceso tomándolo como propio y orientando sus esfuerzos hacia el cumplimiento y mejoramiento del mismo. (Cruz, 2011)

En el Ecuador la calidad de atención de huéspedes en relación a la información va mejorando debido al aporte valorado de las tics, la información es un elemento importante para cualquier turista para así establecer cuál será su destino a visitar y alojarse, el personal que labora en cualquier establecimiento hotelero debe estar capacitado, pero más que ello debe contar con una participación aceptable en atención al cliente aunque existan diversidades su vocación a la hospitalidad no debe desaparecer

1.2.4. Clientes, turistas y gestión hotelera

Con la realización de un diseño de estándares de calidad, una empresa hotelera conocerá los niveles de calidad que desea para su establecimiento. Pero no solo se debe de buscar a la calidad como un propósito en sí misma, sino que se debería enfocar a la obtención de mayores niveles de satisfacción del huésped y cumplir con las expectativas demandadas. Lo que conducirá a la reducción de costos por errores de insatisfacción o compensaciones por un mal servicio debido a que las expectativas de los huéspedes se forman mediante la imagen que tenga el hotel, los comentarios de otras personas, las estrategias de promoción y el precio. (Duran, 2012)

La búsqueda de calidad del servicio hotelero en la atención al cliente debe cumplir con estándares de calidad, la manera de conseguir este punto es inculcando esta cultura de servicio en el recurso humano dedicado a la atención de los visitantes, la gestión hotelera debe establecer bases internas que promueven la acogida de diversos turistas dependientemente del tipo de turismo que se realice, es decir; innovando constantemente y capacitando a su personal a las nuevas técnicas de calidad en el turismo.

1.2.5. Servicio hotelero en páginas Web

El sitio web oficial de un destino no solo ha de estar bien diseñado, ofrecer una navegación sencilla y ser fácil de encontrar por los turistas potenciales al utilizar un buscador, sino que también debe proveer una gran cantidad de información, ajustada a las necesidades de los usuarios, ha de transmitir eficazmente los valores diferenciales de la marca de destino, debe permitir contratar o reservar servicios, o ser capaz de convencer de que merece la pena visitar ese lugar. Por lo tanto, un sistema de análisis que se centre únicamente en aspectos como la usabilidad, el posicionamiento o la arquitectura de la información resulta a todas luces insuficiente. (Fernandez, 2013)

El sitio web de un lugar turístico influye directamente en el comportamiento post-viaje ya sea de primer o último momento de la decisión de un turista, para ser exitosa, la web de un destino turístico tiene que ser funcional, permitir reservar desde vuelos hasta hoteles, contactar con agencias de viajes, comprar la entrada para un espectáculo o festival importante, descargar aplicaciones y demás enlaces importantes que presenten las disposiciones de los servicios turísticos.

En Turismo y Tecnología han desarrollado una completa plataforma tecnológica de distribución y comercialización de reservas de hotel online a través de diversos canales en internet. Debe estar diseñado en un entorno seguro, sencillo y eficaz. Ofreciendo a sus viajeros una amplia oferta turística con un catálogo diversos hoteles en toda la zona, mediante un trabajo constante en la integración con los distintos proveedores, mayoristas y turoperadores nacionales e internacionales para obtener así la mayor disponibilidad y mejor precio en tiempo real. (Merida, 2013)

El Ecuador es un país con gran riqueza natural y pluricultural por ello está considerado como uno de los países donde se conserva mayor diversidad del planeta, por ello la publicidad debe ser más concurrente, a través de los portales web se muestran varios de los atractivos de nuestro país, a más de los recursos encontrados en la región costa, sierra, amazonia y Galápagos, las empresas dedicadas al turismo en nuestro país presentan tarifas y promociones directamente en sus portales web.

1.2.6. Aspectos materiales funcionales del servicio hotelero

En la actualidad la actividad turística es una de las actividades comerciales más importantes del planeta. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2006) en los albores del nuevo milenio, el turismo se consolida como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo, generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países. (Moreno, 2010)

El servicio de alojamiento es uno de los componentes fundamentales de la actividad turística, por ello en su actividad participan diversos aspectos materiales como es el personal de hotelería, junto con los servicios de recreación, transporte, comunicaciones y restauración, se acentúa la importancia del servicio de alojamiento pues de la duración de la estadía depende la cantidad y tipo de servicios turísticos ofrecidos, la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad, a la vez actúa como efecto multiplicador con familiares y amigos en sus lugares de procedencia.

Por ello es necesario considerar que la duración de la estadía depende que el visitante utilice y disfrute de otra clase de servicios que componen la actividad turística (recreación, restauración y comercio) y, a su vez, que se

reporte un ingreso a la economía anfitriona con los correspondientes niveles de empleo y de calidad de vida de la comunidad receptora.

1.2.7. Integración del turismo a las TIC

El sector turístico ha vivido un crecimiento espectacular en los últimos años y ya supone el 10 % del Producto Interior Bruto Mundial. Su desarrollo ha supuesto también que se produzcan variaciones notables en el mercado laboral. En la actualidad, el Turismo genera 200 millones de empleos. En 2004 se registraron en el mundo 702,6 millones de llegadas de turistas internacionales, que generan ingresos evaluados en 474.000 millones de dólares, es decir, el 7 % del valor de las exportaciones de bienes y servicios que se realizaron a nivel mundial aquel año.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) estima que, en 2020, el número de turistas duplicará el actual, de forma que rebasará los 1.560.000 millones de personas. Esta prospectiva se basa en factores económicos: mayor desarrollo a nivel mundial, aumento de la renta disponible por los ciudadanos, y factores sociológicos: aumento de parejas sin hijos y hogares unifamiliares, incremento de los niveles educativos, mayor proporción de personas de mayor edad, expansión del número de jubilados, entre otros. (Lacromiora, 2012).

Las TIC son importantes en el turismo ya que en las páginas web se maneja la comercialización y la promoción de hoteles, restaurantes, aeropuertos, cruceros, actividades culturales, museos y un sinnúmero de empresas promocionando sus servicios; todo esto se ha venido implementando en nuestro país desde hace ya varios años, lo cual es una gran ventaja que se debe saber aprovechar constantemente, pero también ha afectado a la comunicación o a la interacción persona a persona. Estas tecnologías han representado un gran cambio sobre todo para pequeñas empresas cuyo capital era menor a las grandes

empresas y gracias al uso de las TIC, han podido promocionarse, aumentar su desarrollo y tener un mayor beneficio.

Para tener una idea de lo que puede presentar las tics en un futuro, las tecnologías de la información y la comunicación tendrán muchos más avances que los actuales, ya que hoy en día todo lo relacionado con la tecnología evoluciona muy rápido, lo cual traerá para el futuro muchas más facilidades que ayudaran en la vida cotidiana, laboral, la actividad económica y sobre en el sector turístico.

1.2.8. Soportes tecnológicos como apoyo a la gestión turística

El mundo de las TIC está en constante cambio, porque las tecnologías e Internet son de los sectores con más novedades cada año y su crecimiento en el mercado es cada vez mayor. Los expertos en TIC son optimistas y auguran un futuro de crecimiento en estas tecnologías, pero sobretodo creen que serán tiempos para mejorar las herramientas actuales. Nos dirigimos a una época donde la integración de servicios es una realidad y su presencia en todos los aspectos de nuestra sociedad es más importante que nunca. (Cevallos, 2013)

Las empresas turísticas se están viendo sometidas actualmente a cambios rápidos que afectan a su dinámica de negocio y que han venido a configurar un nuevo entorno de negocio. En consecuencia, éstas necesitan disponer del adecuamiento necesario como los soportes y herramientas tecnologías, ya que toda información es valiosa y debe estar presente en la gestión del servicio, tomar decisiones con menor nivel de riesgo y desarrollar estrategias para obtener ventajas frente a la competencia.

La importancia de la información en la industria turística se justifica también por las características propias que posee el producto turístico, que lo configura como un producto intensivo en información. Para mantener la

mejor participación de las tics en la rama del turismo es necesario contar con todos los elementos claves como son el recurso humano, material, tecnológico y financiero.

1.2.9. Las Tic en el sector hotelero de Bahía de Caráquez

Realizando una revisión general al sector hotelero de la ciudad de Bahía de Caráquez, se puede considerar que una parte importante de la infraestructura de hospedaje hasta antes del terremoto del 16 abril, tenía ciertas condiciones para su normal desarrollo de actividades, pero hay que considerar que solo los hoteles de primera categoría habían creado sus propias páginas web para la respectiva promoción de sus servicios.

Por otra parte los hoteles de menor categoría como de segunda y tercera categoría, no tienen páginas web de promoción turística, es decir no cuentan aún con acceso a esta plataforma de información para el turismo nacional e internacional, por lo que es indudable que la iniciativa viene de gente joven que creen en el negocio en los portales web, entre los hoteles que no tienen este tipo de acceso están:

- Hotel Bahía
- Bahía bed and breakfast
- Hotel Italia
- Cocobongo
- Hostal María José
- Hostal Spondylus

1.2.10. La gestión de los servicios Hoteleros en Bahía de Caráquez.

Analizando la gestión que han realizado los hoteles de Bahía de Caráquez para el turismo de la zona, se ha visto que es un grupo de empresarios individualista, que no aúnan fuerzas para trabajar en equipo con fine de

mejoras de la actividad turística del cantón Sucre, cada hotel en los últimos 10 años ha trabajado por su propia cuenta, para ellos es necesario impulsar el liderazgo para una reactivación en todos sus aspectos, son estos problemas que afectan un verdadero impulso al turismo que requiere Bahía de Caráquez como en sus buenos tiempos, para esto se necesita que la gestión mejore en todos sus aspectos.

El ingreso del sector hotelero en el ámbito virtual será un salto importante para la promoción de sus productos y servicios en páginas web, por lo que se necesita trabajar en equipo y porque no que el municipio sea el gestor de todos estos servicios tecnológicos puestos para el desarrollo del turismo de la zona norte de Manabí.

San Clemente solo para mencionar ha tenido un crecimiento preponderante en el ámbito hotelero, por lo que ya cuenta con hoteles de primera categoría y de lujo con sus propias páginas web de promoción turística y de los servicios hoteleros.

CAPITULO II

2. Análisis del trabajo de campo a las empresas hoteleras.

En el presente trabajo de campo se lo realizo con las empresas de alojamiento que existían en la ciudad antes del evento del 16 abril, y también las mismas encuestas fueron realizadas a los huéspedes que estaban en las empresas de hospedaje, donde se recabo información para ser analizadas en el capítulo siguiente:

2.3. Encuesta a las empresas de alojamiento y hospedaje (19) (hoteles, casas de hospedaje, hostales). Dentro de la ciudad Bahía y Leónidas Plaza.

1. ¿Considera usted que las TIC (Tecnologías de la información y comunicación) mejoran el sistema de reservas en los hoteles de la ciudad Bahía de Caráquez?

El 100% de la empresas consideran que las TICS (tecnologías de la información y comunicación) si mejoran el sistema de reservas en los hoteles de la ciudad de Bahía de Caráquez porque a través de aquello se puede conocer mejor las necesidades de los clientes y de esta forma ofrecerles una mejor entrega de servicios y así poder llegar a un nivel alto de visitantes e incrementar su eficiencia laboral. (Ver cuadro # 1).

2. ¿Los turistas que han llegado hasta su establecimiento lo hicieron porque medios?

Un 26% de los turistas que llegan a hospedarse lo hacen a través de reservas telefónicas porque puede consultar precios y encontrar o asegurar hospedaje que no están disponibles para esa fecha en algunos otros medios y el 21% prefiere hacerlo por página web ya que ahí encuentran

disponibilidades de alojamiento por fechas y costos fijados mientras que el 45% desea hacer la reservación de pago directo cuando llega al hotel pero un 8% lo hace a través de operadores turísticos para obtener un mejor paquete turístico con excelentes tarifas que no encuentran ni en el internet. (Ver cuadro # 2)

3. ¿Contrataría usted una reserva por medios electrónicos como las páginas web?

El 63% de los establecimientos de alojamientos si contratarían reservas por medios electrónicos como las páginas web porque es algo sencillo y frecuente que mejora la competitividad de la empresa además porque pueden observar fotos e información del lugar como también ver las tarifas actualizada y las actividades que se harán dependiendo la temporada mientras que un 16% de los hoteles no harían reservas a través de este medio para evitar dar información más de lo necesario y ser víctimas de mal intencionados pero un 21% desconoce de este medio. (Ver cuadro # 3).

4. ¿Su empresa de alojamiento tiene una página web donde se puede hacer reservas de hospedaje?

El 37% de las empresas de alojamiento si tienen una página web que permite hacer reservas de hospedaje a los que quieren visitar y a cualquier hora del día porque es muy utilizada en el mundo y deja acceder a varios recursos y conocer del lugar con facilidad además el crecer turísticamente gracias a los sitios web y potenciar al máximo su empresa como también opino un 63% que no tienen páginas web para reservar porque piensan que no les dará credibilidad y confianza a las personas. (Ver cuadro # 4)

5. ¿Cuál es su criterio sobre las reservas vía online?

La gran mayoría con el 63% opinan que las reservas vía online son excelentes porque dan comodidad y rapidez al hacer las gestiones por

internet. Mientras que un 37% dice que es bueno hacer reservaciones de este tipo porque ayuda a potenciar el incremento de las mismas y hacen que la mayoría de los establecimientos de alojamiento consideren esta vía la más sencilla para hacer reservas. (Ver cuadro # 5)

6. ¿Considera usted que los hoteles de Bahía de Caráquez deben promocionar las actividades turísticas en páginas web o medios electrónicos?

El 100% de las empresas de alojamiento si considera que los hoteles de la ciudad de bahía de Caráquez deben promocionar las actividades turísticas en páginas web o medios electrónicos porque pueden conseguir ventajas significativas en la gestión que desarrollan y a través de aquello dan a conocer la calidad de atención y servicio que brindan como también sus actividades turísticas con la finalidad de crear un ambiente inolvidable en los visitantes en su tiempo libre. (Ver cuadro # 6)

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos son importante para mejorar la venta de habitaciones durante un año calendario en una empresa de hospedaje?

El 33% de las empresas de alojamientos encuestados consideran que las promociones son un aspecto muy importante para mejorar las ventas de habitaciones en un año calendario hasta en temporadas bajas porque son tentativas que a más de permitir ahorrar dinero también ofrece tarifas asequibles a su presupuesto siendo una razón para comunicarse con los clientes fijos y a través de las redes sociales se irán amplificando nuevos visitantes.

Seguido de otro 33% que piensa que la mejor alternativa de venta es la publicidad y medio de prensa por la mayor atención que prestan los lectores aunque no es el medio más popular para ciertas edades pero se puede

llegar a un gran número de personas con facilidad y con alta credibilidad y aceptación y el 6% opta por los viajes de familiarización, pero también hay un 14% que opta por las ferias turísticas ya que dan a conocer sus productos o servicios y el otro 14% restante se inclinan por el precio de programas y paquetes porque al contratarlo se hace más atrayente o cómodo reservar paquetes ya establecidos sin tener que pensar en sus comodidades. (Ver cuadro # 7)

8. ¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros?

El 100% de los hoteles consideran que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación si mejora la gestión de los servicios hoteleros porque es un factor que logra calidad, rentabilidad del negocio y excelencia turística y de este modo ofrecer una mejor gestión en servicios del hotel. (Ver cuadro # 8)

2.4. Encuesta para turistas que llegan a Bahía de Caráquez (30)

9. ¿Considera usted que las TIC (Tecnologías de la información y comunicación) mejoran el sistema de reservas en los hoteles de la ciudad Bahía de Caráquez?

El 87% de los turistas encuestados opinan que las técnicas de información y comunicación si mejorarían el sistema de reservas en los hoteles de Bahía de Caráquez porque dan la disponibilidad de habitaciones y precios, colocar servicios, ofertas y promociones en distintas cadenas y la oportunidad de propiciar el progreso del hotel en calidad y eficiencia, mientras que un 13% considera que si puede ser posible que las tics optimizarían las técnicas de reservas porque dan facilidad de acceso a la información lo cual favorece al desarrollo del lugar de alojamiento. (Ver cuadro # 9)

10.- ¿Usted como turistas que medio utilizó para realizar una reserva en este hotel?

El 27% de los turistas hacen a través de reservas telefónicas porque no les gusta hacer uso de intermediarios sino hablar y negociar de forma directa, otro 27% usó las páginas web por que el no haber problemas de horarios pueden conseguir de manera fácil y rápida las reservaciones e incluso no tienen problemas de idiomas para entender;

Pero la gran mayoría prefirieron reservar cuando llegan al hotel y un mínimo 10% utilizó las operadoras de turismo debido a que les ofrecen paquetes especiales para reservar porque haciéndolo de otro modo sería difícil y costoso de poder visitar.(ver cuadro # 10)

11.- ¿Compraría usted una reserva por medios electrónicos como las páginas web?

El 67% de los visitantes si comprarían reservas por medios electrónicos como las páginas web porque es la vía más rentable ya que se puede consultar, buscar ofertas y reservar las habitaciones y un 7% no reservan por medio de la web porque no les inspira confianza y por lo consiguiente un 27% no sabe sobre el tema y por lo tanto ni lo manipulan. (Ver cuadro # 11)

12.- ¿Considera usted como turista que las página web son segura para realizar una reserva de hospedaje en hoteles de Bahía de Caráquez?

En su gran mayoría los turistas consideran que las páginas web son seguras para realizar una reserva de hospedaje en hoteles de Bahía de Caráquez porque si cumple sus expectativas al ser cómodo, convincente de alta seguridad y fiabilidad, por eso cada vez es más frecuente en los viajeros

mientras que un 10% la ven con desconfianza el usar este método para reservar. (Ver cuadro # 12)

13.- ¿Cuál es su criterio sobre las reservas vía online?

El 57% de los turistas encuestados piensan que reservar vía online es excelente por que le da la facilidad de ver criterios de otras personas que ya han ido al lugar, siendo esto de gran ayuda al momento de elegir además se pueden beneficiar de promociones que ciertas veces no se las consigue a través de otros medios y el 40% comenta que a más de ofrecerles mejores servicios pueden hacer sus reservas de manera más rápida y fácil y el 1% que no les gusta reservar vía online. (Ver cuadro # 13)

14.- ¿Considera usted que los hoteles de Bahía de Caráquez deben promocionar las actividades turísticas en páginas web o medios electrónicos?

El 100% de los turistas encuestados si consideran que los hoteles de Bahía de Caráquez deben promocionar las actividades turísticas en páginas web o medios electrónicos con información precisa y capaz de convencer e impactar al turista con diseños atractivos ya que popularizan y dan a conocer todo evento o lugar por internet de forma ágil y sencilla, siendo una estrategia muy poderosa que mejoraría sus ventas y posicionamiento. (Ver cuadro # 14)

15.- ¿Cuál de los siguientes aspectos son importante para mejorar la venta de habitaciones durante un año calendario en una empresa de hospedaje?

El 31% de los turistas que llegan Bahía creen importante a las promociones porque son fundamentales para el éxito de cualquier hotel debido a que ofrece variedad de descuentos especiales en diferentes cualidades que se lograría la tentativa de visitar y el 39% de los turistas consideran importante

a la publicidad y medio de prensa para mejorar la venta de habitaciones porque es un medio masivo de largo alcance.

Pero el 11% opta por lo viajes de familiarización como también el 14% manifiestan que lo necesario para la venta de habitaciones son las feria turísticas porque se muestra el gran potencial turístico e incrementa la intención de su viaje hasta por las habilidades de los representantes mientras que el mínimo 5% prefiere los precios de paquetes y programas porque prefieren hacer uso de algo ya planificado u organizado que les evite la incomodidad de pensar que hacer o consumir. (Ver cuadro # 15)

16.- ¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros?

El 93% de turistas encuestados consideran que las aplicación de las técnicas de información y comunicación si mejorarían la gestión de los servicios hoteleros porque es una ventaja idónea un poco costosa pero fácil de reproducir e incrementar la inversión de productividad, calidad y competitividad ya que la información no desaparece pero el 7% restante desconoce el uso e importancia de estas nuevas tecnologías. (Ver cuadro # 16)

CAPITULO III

3. Propuesta

Elaborar y diseñar una página Web de promoción de los servicios hoteleros en las empresas de hospedaje de Bahía de Caráquez.

3.1. Antecedentes

“Son numerosas las señales que determinan la necesidad de la promoción en la actualidad. Internet ha contribuido a acortar la distancia entre productores, distribuidores y consumidores, lo que a su vez también ha significado un aumento del número de clientes potenciales. Las tecnologías de la información y comunicación en el siglo 21 han permitido que una cantidad significativa de consumidores, usen estos medios para realizar todo tipo de compras, desde un boleto aéreo hasta reservaciones y grandes cadenas hoteleras por el mundo, incluso se puede acceder a importantes descuentos lo que llama la atención de nuevos clientes en el mercado de los e-consumidores.

La ciudad de Bahía de Caráquez, y por ende las empresas hoteleras, no han tenido la oportunidad de realizar sus promociones en una página web que le de las facilidades y a menor costo de ofertar sus servicios en las industria de la hospitalidad, para esto es necesario la puesta en marcha de una página de promoción solo de hoteles, y con ello la posibilidad de aumentar el nivel de ocupación por año que es considerado muy por debajo del promedio anual.

3.2. Justificación

La presente propuesta nace de la necesidad que de una parte importante de la planta hotelera de la ciudad de Bahía de Caráquez, no está utilizando los medios adecuados de promoción vía online, esto en el corto tiempo puede

afectar al crecimiento del turismo de la zona, que algunos expertos afirman no está siendo utilizado de la forma correcta para generar divisas e ingresos para este importante sector.

La presente propuesta se justifica para llevar a cabo un diseño de página web que oferte los servicios de las empresas hoteleras de la ciudad, que a través de ella se genere una competencia leal con precios al alcance de los consumidores, el Cantón Sucre tiene atractivos turísticos de calidad que no son promocionados de forma adecuada por el sector hotelero, existe un divorcio que afecta la industria del turismo en toda la zona, y esta es una oportunidad de cambiar la promoción y el marketing a través de medios electrónicos online.

La página web, es un medio seguro de venta de servicios hoteleros y turísticos, para la cual genera un importante impulso económico, social, turístico al cantón Sucre y la ciudad de Bahía de Caráquez, que según algunos expertos se proyecta a ser uno de los cantones con el mayor flujo de visitantes nacionales, especialmente aquellos que viene en sus vacaciones desde la Sierra.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general.

- Diseñar una página Web de promoción de los servicios hoteleros en las empresas de hospedaje de Bahía de Caráquez.

3.3.2. Objetivos específicos.

- Analizar el impacto en las empresas hoteleras que promocionan sus servicios en la página web en la ciudad de Bahía de Caráquez.
- Posicionar la página web como un mecanismo de oferta de servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez.

- Establecer y socializar los indicadores de gestión y eficiencia que tendrá la página web de servicios hoteleros como herramienta de trabajo para el sector hospitalario.

3.4. Sustento teórico.

3.4.1. Antecedentes del proyecto

Investigaciones realizadas se puede determinar que la página Web para promocionar el sector de hospedaje y el turismo de Bahía de Caráquez, será uno de los mayores pilares que demostrará como a través de un dominio se puede generar negocios para la actividad de hospedaje no solo a nivel nacional e internacional.

3.4.1.1. Página web

La página web tiene que ser el sitio que cuente desde la agenda cultural y turística de la localidad, hasta que permita hacer trámites a los ciudadanos, pasando por enlaces con todas las webs o secciones de las diferentes áreas que quiera promocionar (tanto públicas como privadas).

La web de hospedaje tiene que ser el centro de toda la actividad comercial para el turismo, uno de las principales objetivos que se tienen es el de atraer tráfico hacia la página web. Y que mejor, y sobre todo en dominios que son gigantes a nivel global, la página en si debe convertirse en el punto de referencia tanto de la actividad pública como privada.

3.4.2. Lograr convertir la visita en compradores

En esta última fase del proceso se necesita que el producto sea atractivo y el precio seduzca al cliente, que la transacción se realice de manera sencilla, que exista un buen nivel de seguridad y confianza con los datos y que la entrega se realice con la mayor rapidez y eficacia posible.

3.4.3. La importancia de las redes sociales en la promoción de la página Web.

¿Cuántas redes sociales han podido aparecer en estos últimos años? Este es uno de los puntos positivos que quizás pueda aprovecharse de algún modo en la promoción de la página web. Ya es raro el portal, blog o página web que no tiene una cuenta en Facebook, Twitter o similar. Toda empresa o negocio puede quedarse atrás si no tienen una cuenta, este factor puede perderse de una importante fuente de ingresos para su empresa si no cuenta con conexiones fundamentales en redes sociales ya mencionadas.

Si estás pensando en abrir cuentas en toda red social que encuentres, ten en cuenta antes que todas esas cuentas tendrás que mimarlas un poco, es decir, visitarla frecuentemente por si alguien te ha dejado un comentario, crítica o sugerencia. No sea que quien visite tu perfil detrás, vea comentarios sin respuesta, cosa que queda un poco fea. También deberías publicar algo con cierta frecuencia, para que esa cuenta no parezca olvidada, abandonada. Si crees que no vas a tener tiempo para esto mejor abre solo una, o ninguna, pues aquí ocurre como en los foros, si la abandonas lo que promocionas es lo abandonada que tienes tu web. (Sabada, 2002)

3.5. Importancia

Como dirían tres autores de reconocido prestigio (Stanton, 2007): "Un sitio web en internet sin visitantes es un desperdicio de dinero. Igualmente ineficaz es un sitio web sin los visitantes correctos". Sin embargo, y pese a la existencia de este tipo de advertencias, los hechos demuestran que ambas situaciones representan una triste realidad por la que atraviesan la mayoría de sitios web. Esto se debe a que muchos emprendedores en internet (ya sean personas, empresas u organizaciones) creen ilusoriamente que con solo poner un sitio web en internet conseguirán que las ventas o los

visitantes empiecen a llegar en cantidades exorbitantes... Y esa, es una falsa idea que está totalmente alejada de la realidad!

Por ello, resulta muy importante que todos los emprendedores en internet y porque no, también los mercadólogos, conozcan en qué consiste la promoción web y cuáles son las actividades, técnicas y métodos que se pueden emplear para promover un sitio web en internet. Porque para lograr el éxito de una iniciativa en la Red (sea propia o de la empresa u organización en la que se trabaja), es indispensable implementar una buena campaña de promoción web con el objetivo de atraer a los visitantes correctos; es decir, aquellos que realmente puedan estar interesados en la información que se proporciona o los productos y/o servicios que se ofrecen.

3.6. Proyección

Situación actual	Situación deseada
<p>La asociación hotelera de Bahía de Caráquez no se ha preocupado por diseñar y elaborar una página web de promoción de los servicios de hospedaje y alimentación que oferta cada una de sus empresas, de tal forma que la competencia sea leal, existiendo oportunidad de promoción de un hotel 3 estrellas hasta un hostel de mediana categoría, que pueda determinar qué clase de hospedaje, sitios de alimentación y vías de comunicación pueden estar en una</p>	<p>El diseño de la <i>promoción de la página web</i> consiste básicamente en atraer a los visitantes potenciales hacia un determinado sitio web mediante la implementación de un conjunto de actividades, técnicas y métodos que hemos sintetizado en el diseño de la página.</p> <p>La página es de vital importancia para lograr el éxito en la capacidad de ocupación por año que tiene el sector hotelero, que ve cada año como disminuye su ocupación</p>

página sencilla y organizada.	generando pérdidas para sus dueños, con la implementación de una campaña de promoción web, se aspira mejorar esta ocupación con promociones que están por encima de otras gestiones realizadas con anterioridad.
-------------------------------	--

3.7. Factibilidad.

Este paso consiste en identificar la factibilidad del diseño y puesta en marcha de la página Web de promoción del sector hotelero, el mismo tiene como segmento que las personas que se pretende atraer al sitio web, por ejemplo: Personas de negocios, empresarios que participan en una determinada industria, clientes potenciales para el desarrollo de actividades turísticas, servicio adicional como alimentación, hospedaje, transporte, actividades turísticas, posibles compradores de bienes raíces, lectores de la información que se proporciona, posibles miembros de la comunidad virtual que se organizan para realizar viajes corporativos, etc.

Cabe señalar que en un medio como es el internet, el tener bien identificado el público al que se pretende atraer es de "vital importancia" realizar un diseño que este a la altura de los consumidores y clientes online, caso contrario, no se sabrá a ciencia cierta si se logró atraer la suficiente cantidad de visitantes que están interesados en la oferta turística y hotelera, (información, productos, servicios).

Los beneficiarios de la aplicación de esta importante propuesta son todos los hoteles, restaurantes, negocios pequeños de hospedaje, operadores de turismo, ciudadanía en general, impulsando la actividad económica y productiva no solo del cantón sino de la zona norte de Manabí.

3.8. Descripción de la propuesta y su operatividad.

Aquí se describe algunas de las actividades que se deben desarrollar en el diseño, elaboración y puesta en marcha de la página web de promoción de los servicios hoteleros y turísticos de las empresas de hospedaje en la ciudad de Bahía de Caráquez de la provincia de Manabí

- Incluir en la iniciativa a todos los negocios de hospedaje, alimentación, transporte, vías de comunicación, mapas turísticos de la zona, servicios complementarios, tour entre otros.
- Generar confianza en todos los negocios de hospedajes, restaurantes, hoteles, transporte que existen en la ciudad y que puedan presentar información pertinente de la actividad turística de la zona.
- Socializar entre los dueños y propietarios de todo tipo de negocios de hoteles, hostales, moteles etc. La importancia que tiene de incluirlos en la página Web de promoción.
- Incluir la iniciativa en el plan de mejoramiento del gobierno local como parte de la promoción y publicidad virtual del cantón Sucre.
- Cada uno de los pasos señalados tiene importancia para lograr el éxito con la implementación de una campaña de promoción en las páginas web.
- Cuantificación los resultados obtenidos con la promoción en la página web.

3.9. Involucrados.

INVOLUCRADOS	PROPUESTA
<ul style="list-style-type: none">➤ Universidad Laica Eloy Alfaro Extensión Bahía.➤ La asociación de hoteles, transporte, restaurantes, museos, parques naturales y reservas de la zona.➤ El ministerio de Turismo.➤ Empresas privadas de hoteles y hostales	Elaborar y diseñar una página Web de promoción y gestión de los servicios hoteleros para todas las empresas de hospedaje de Bahía de Caráquez.

3.10. Desarrollo de la página Web de los hoteles

El presente proyecto está planificado para ser desarrollado en un periodo de 3 meses, donde se buscará recolectar toda la información necesaria que estará disponible en la página web, los negocios que podrán pagar un valor simbólico por aparecer en ella como medio de promoción.

- Oferta de la página web para los negocios que están laborando en Bahía de Caráquez.
- Recolección de la información que estará disponible en la página web como la historia de la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez
- Mapa de posicionamiento de la página web y Bahía
- Venta de Bienes raíces para negocios privados
- Ubicación de las escuelas, colegios, centros educativos
- Presentación de actividades culturales Museos
- Presentación de las principales reservas y áreas naturales para el turismo

- Valores presentados y comisiones a las empresas que aparezcan anualmente en la página web
- Contactos, nombres, hipervínculos de promoción

La presente propuesta tiene una duración de un año calendario desde su presentación a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí como aporte al impulso turístico y hotelero de este importante sector, ya que el dominio y el host no estarán al alcance de un estudiantes para sostenerlo, sino a medida de la cantidad de negocios que quieran ser insertado dentro de la página web.

3.11. Diseño de Sitio Web de Búsqueda de Hoteles en la localidad de Bahía de Caráquez.

La página empieza con una presentación de directorio de hoteles en Bahía de Caráquez, donde se puede ingresar la búsqueda de los hoteles

<http://directoriosdehoteles.tuars.com/hoteles/>

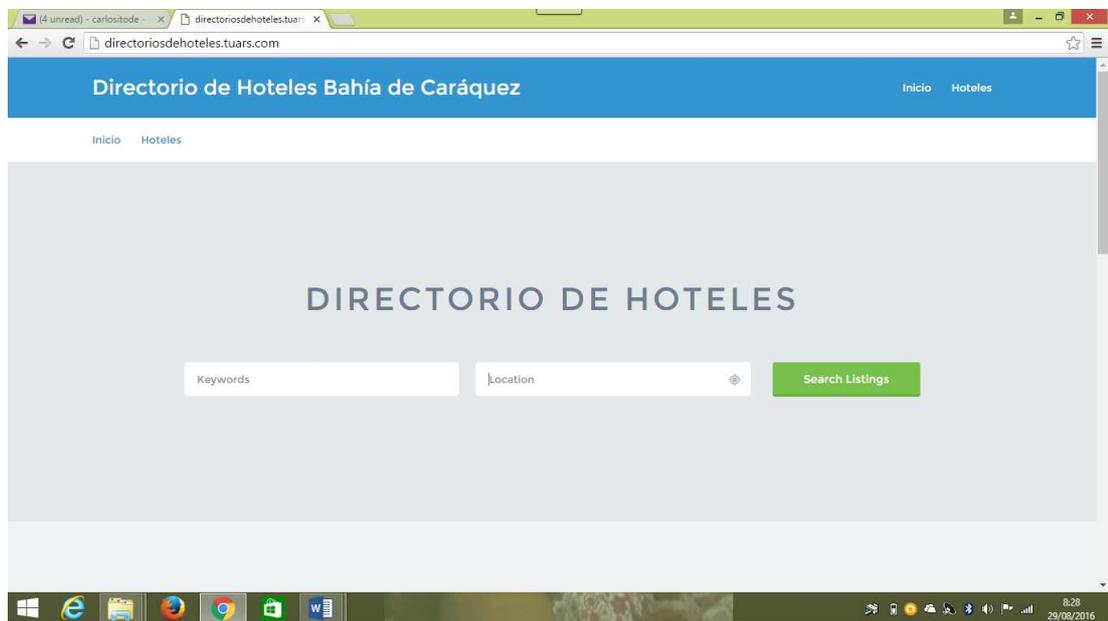


Imagen # 1. Caratula de la página web

Fuente: Elaboración propia

3.11.1. Primera presentación.

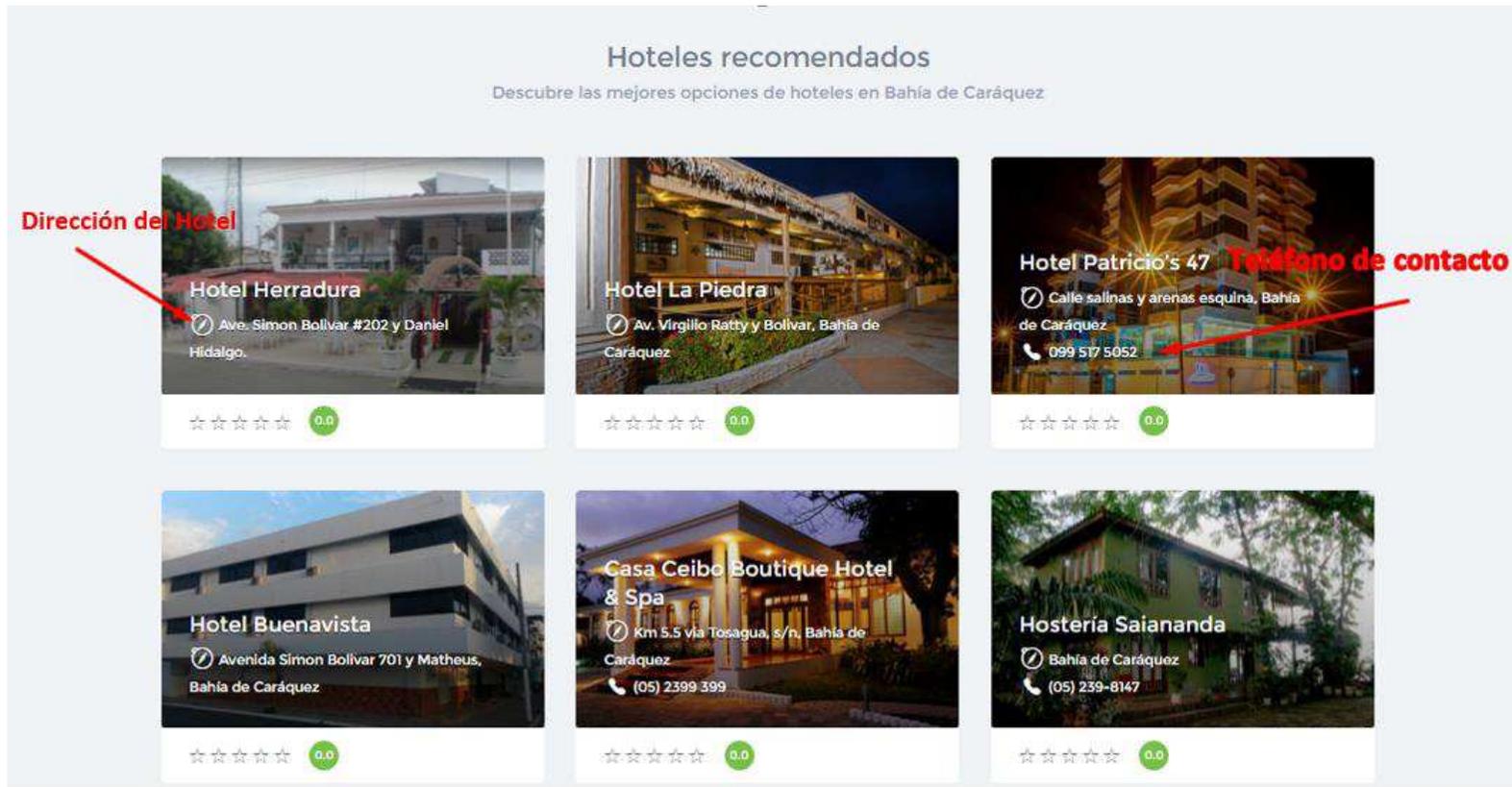


Imagen # 2: Fotos de hoteles

Fuente: Elaboración propia

La página también muestra los hoteles recomendados, se descubre las opciones desplegada por la página para la búsqueda de información de hoteles y precios.

3.11.2. Segunda presentación.

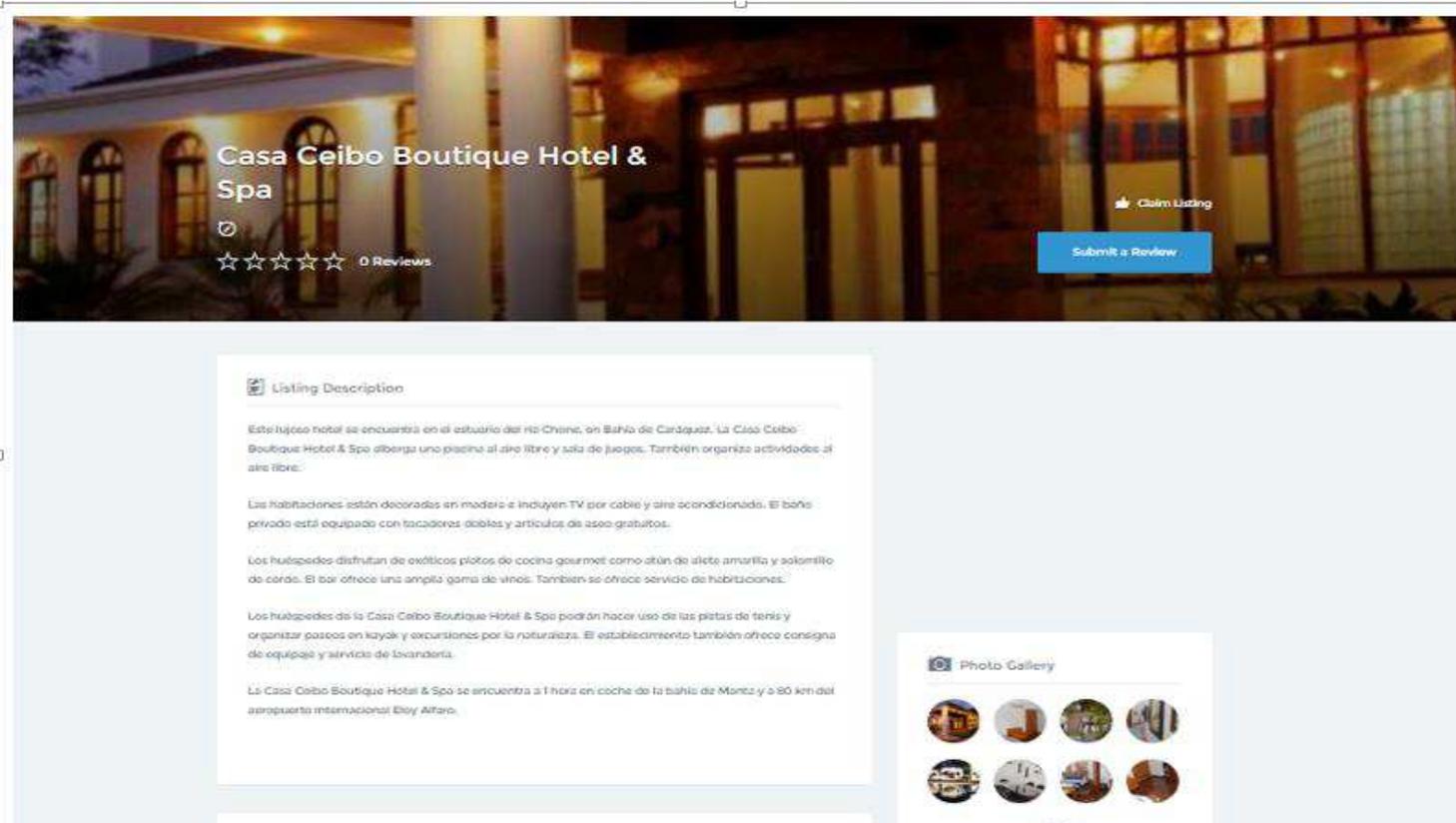


Imagen # 3. Información de hoteles

Fuente: Elaboración propia

En la segunda presentación se puede observar con claridad los detalles del hotel, desde su fachada, habitaciones y otros detalles de la promoción por página web.

3.11.3. Tercera presentación.

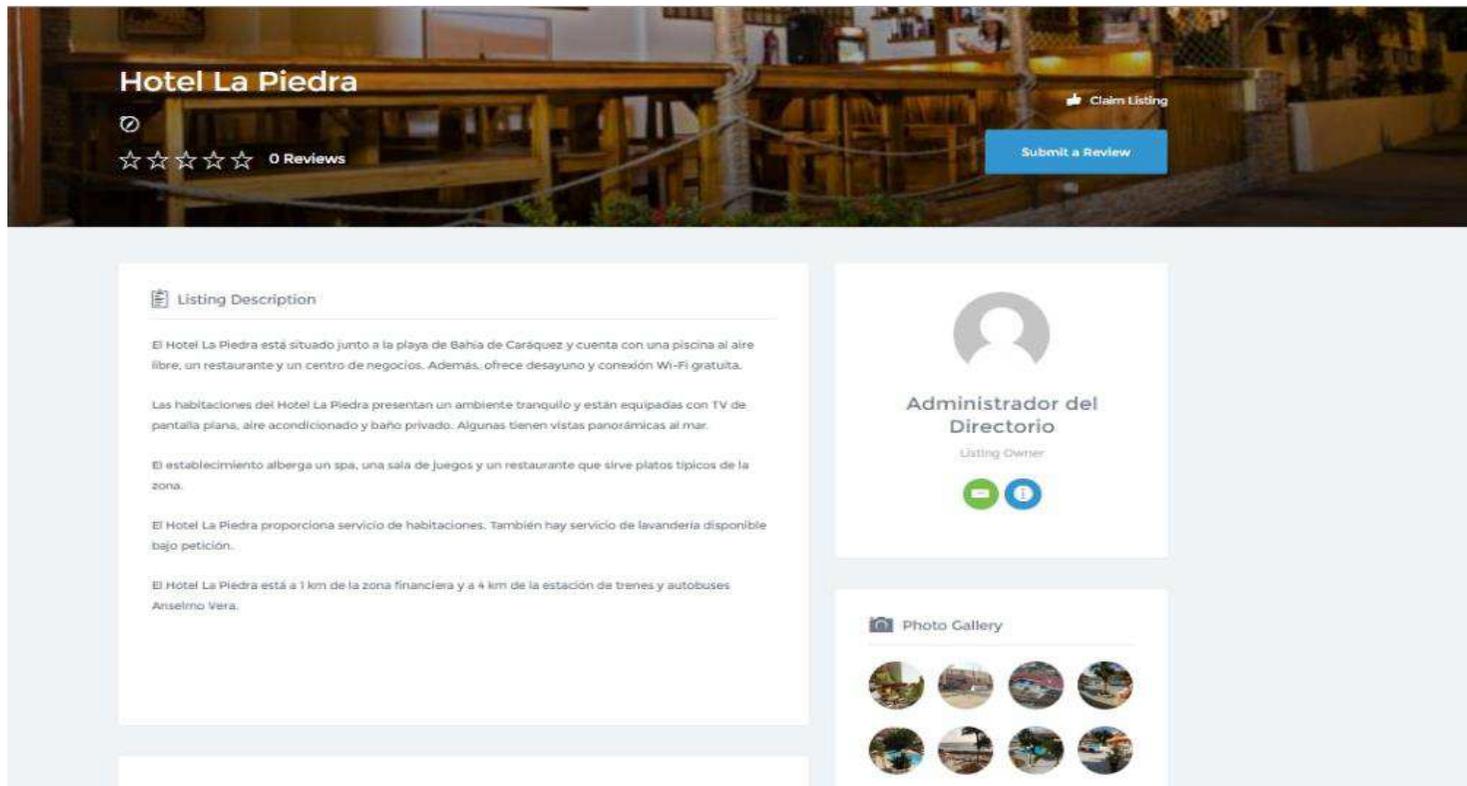
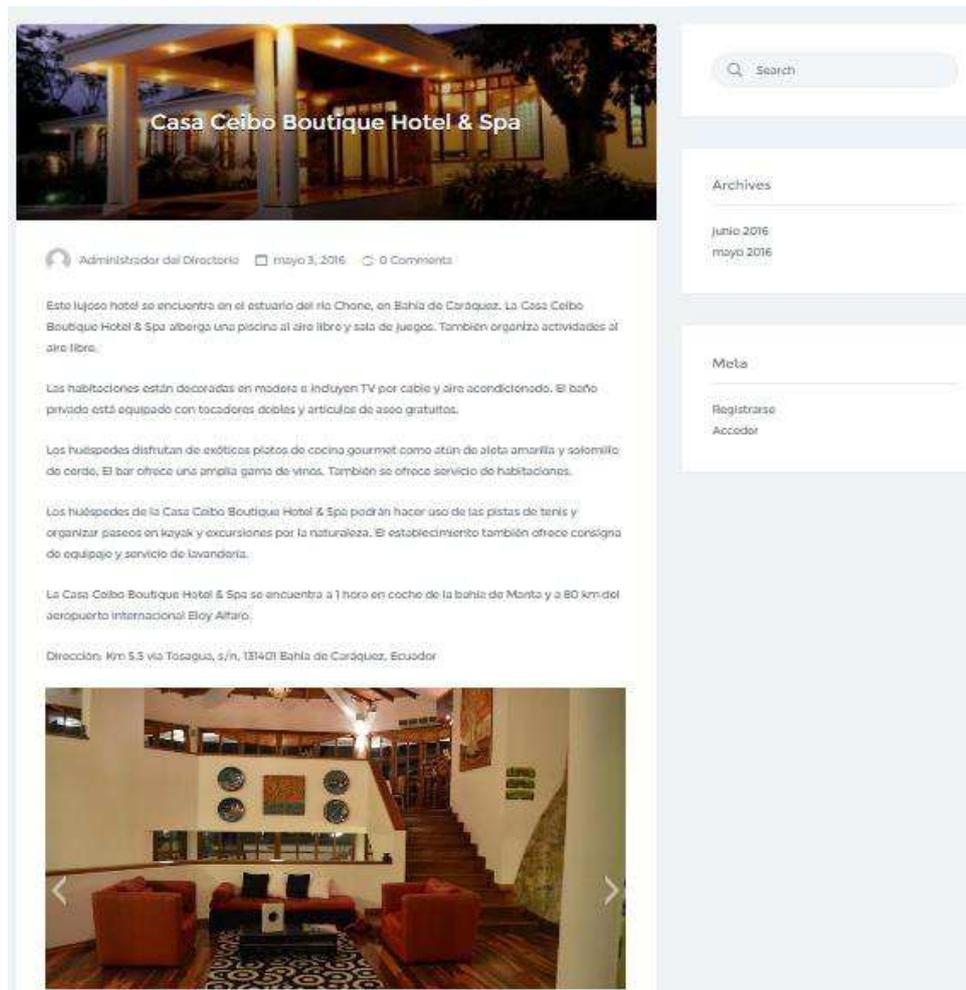


Imagen # 4. Información por negocio

Fuente: Elaboración propia

Otra grafica muestra con claridad que el administrador del directorio puede de alguna manera ingresar información de la empresa hotelera en este caso los hoteles de la ciudad y sus diferentes servicios.

3.11.4. Información de los hoteles que ya promocionan sus servicios



Casa Ceibo Boutique Hotel & Spa

Administrador del Directorio | Mayo 3, 2016 | 0 Comentarios

Este lujoso hotel se encuentra en el estuario del río Chone, en Bahía de Caráquez. La Casa Ceibo Boutique Hotel & Spa alberga una piscina al aire libre y sala de juegos. También organiza actividades al aire libre.

Las habitaciones están decoradas en madera e incluyen TV por cable y aire acondicionado. El baño privado está equipado con tocadores dobles y artículos de aseo gratuitos.

Los huéspedes disfrutan de exóticos platos de cocina gourmet como atún de aleta amarilla y solomillo de cordero. El bar ofrece una amplia gama de vinos. También se ofrece servicio de habitaciones.

Los huéspedes de la Casa Ceibo Boutique Hotel & Spa podrán hacer uso de las pistas de tenis y organizar paseos en kayak y excursiones por la naturaleza. El establecimiento también ofrece consigna de equipaje y servicio de lavandería.

La Casa Ceibo Boutique Hotel & Spa se encuentra a 1 hora en coche de la bahía de Maná y a 80 km del aeropuerto internacional Eloy Alfaro.

Dirección: Km 5.3 vía Tosagua, s/n, 131401 Bahía de Caráquez, Ecuador

Archives

Junio 2016
Mayo 2016

Meta

Registrarse
Accedor

Imagen # 5. Fotos del interior del hotel
Fuente: Elaboración propia

Los hoteles a ser promocionados serán ingresados en esta página, pero algunos de ellos como Casa Ceibo, es uno de los hoteles de la ciudad que tiene su propia página, es decir que puede realizar su propia promoción, y publicidad para huéspedes que buscan hoteles agradables.

3.12. Formas de financiamiento de la página web

Como se puede observar la página que se conoce como dominio o el hosting puede costar dependiendo de la extensión, entre los 15 a 25 dólares por año, dependiendo del servicio de alojamiento para la página

en mención, durante un año el costo de 25 dólares por empresa sirve para costear gastos de permisos de la página web, ya que sus principales afluentes de visitas estén en este Sitio de promoción, en la elaboración de la página web se la realizara con un técnico especializado en dominios y elaboración de páginas promocionales, total inversión \$200 dólares por diseño, más gastos de movilización y fotografías total \$300 dólares americanos.

3.13. Impacto de la aplicación de la propuesta.

El desarrollo del turismo tiene que ir de una u otra manera pegado a las tecnologías de la información y comunicación, para esto es necesario que las empresas del sector se inserten en estas tecnologías, la página web permitirá aumentar de forma significativa la cantidad de turistas que recibe este importante balneario, es decir que el uso de herramientas virtuales pueden ayudar a contribuir en el flujo de turistas hacia el Cantón Sucre.

El diseño de la página es parte de la imagen que tienen todos los hoteles de la zona, que requieren de una reactivación económica en el sector de la industria sin chimenea, que a través de la activación de una página web de promoción turística, se verá mejorado y actualizado la información que tiene el cantón en esta página electrónica para sus visitantes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Las empresas hoteleras y otros negocios que son parte fundamental de la industria turística, ven la posibilidad de que sus negocios aparezcan en esta importante página web para que sus servicios sean vendidos de manera continua, dinamizando la actividad hotelera en el cantón Sucre.
- Las TIC mejoran el sistema de reservas en los hoteles de la ciudad de Bahía de Caráquez porque a través de sus herramientas se puede conocer mejor las necesidades de los clientes y de esta forma ofrecerles una mejor entrega de servicios
- Los establecimientos de alojamientos de primera y segunda categoría, pueden hacer reservas por medios electrónicos como las páginas web, porque es algo sencillo y frecuente que mejora la competitividad de la empresa
- Las páginas web permiten observar fotos e información del lugar como también ver las tarifas actualizada, de esta manera se vuelve un medio seguro en la industria hotelera.

Recomendaciones.

- Se recomienda que el resto de las empresas hoteleras puedan ingresar sus datos en la página web, para que de esta manera poder competir con las empresas de grandes cadenas en el país.
- Los programas instalados por algunos hoteles son tan efectivos para la reserva, por lo que se debe plantear mejores indicadores de control vía online por reservas de los turistas.
- Las reservas en la actualidad ha decrecido de manera significativa por la crisis económica del Ecuador, por lo que se puede utilizar la página para realizar promociones a bajo precio en todos los hoteles.
- Se recomienda que los hoteles entreguen toda la información para la respectiva promoción en la página web, por lo que algunos son reacios en dar información que de alguna manera mejora la venida de turistas hacia sus empresas de hospedajes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acuña, J. (2010). *El sector hotelero en el turismo sostenible*. Medellín.
- Cevallos, M. (2013). *Las tecnologías de información y comunicación- Tics- como facilitador del financiamiento para emprendedores y Pyme*. Quito.
- Cordero, V. (2012). *La Gestión de las Tics en el turismo*. Madrid.
- Cruz, A. S. (2011). *Gestión de la calidad en Atención al Huesped en el turismo*. Madrid.
- Duran, J. F. (2012). *Certificación y modelos de calidad en hotelería y turismo*. Madrid: Díaz de Santos.
- Endara, L. (2011). *Red de cooperación solidaria en turismo*. La Paz. Obtenido de Bolivia
- Fernandez, J. (2013). *Calidad de los sitios web turísticos oficiales de las comunidades autónomas*. z.
- Flores, V. (9 de septiembre de 2013). *Las TICs en el Turismo su impacto y sus aportaciones*. Obtenido de <http://enamorandonosdelastics9829.bligoo.com.mx/las-tics-en-el-turismo-su-impacto-y-sus-aportaciones#.VuW0OvnhDcc>
- Gallego, F. (2010). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid.
- Graells, P. (2011). *Las TIC y sus aportaciones a la sociedad*. Mexico D.F.
- Lacromiora, L. (2012). *Las nuevas tecnologías en el turismo*. Mexico D.F.
- Martinez, M. P. (04 de Abril de 2014). *Uso de TICs en Turismo, nuevas tecnologías al servicio del viajero*. Obtenido de <http://www.turismoytecnologia.com/todos-los-articulos-de-tecnologia/item/3617-uso-de-tics-en-turismo-nuevas-tecnologias-al-servicio-del-viajero>
- Mela, M. (2013). *Las tecnologías de información y comunicación y su finalidad*. Buenos Aires.
- Merida, M. (2013). *Manual de gestión para hoteles y alojamientos rurales*. Maracaibo.
- Moreno, M. (2010). *Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la escala de Servqual*. Merida.
- Sabada, C. (2002). *Comunicación humana a través de la tecnologías de la comunicación*. Obtenido de http://www.seeci.net/congreso/INNOVACION_3.pdf

- Stanton, E. (2007). *Fundamentos del marketing*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/juanvaldez981/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi>
- Tejerina, R. (2013). *Cadena accesible en el turismo: aportación de las TIC*. Santiago.
- Valdiviezo, P. (2013). *La calidad en el servicio turístico*. Merida.
- Vilaseca, J. (2012). *El impacto de las TIC en la empresas turísticas de America Latina*. Cuba.
- Zapata, S. (2011). *Impacto de la tecnología en el campo del turismo*. San Antonio.

ANEXOS

Cuadro # 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
Puede ser	0	0%
TOTAL	19	100%

Tabla # 1.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Reservas telefónica	10	26%
Reserva página web	8	21%
Cuando llego al hotel	17	45%
Operadora de turismo	3	8%
TOTAL	38	100%

Tabla # 2.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	63%
No	3	16%
No lo se	4	21%
Total	19	100%

Tabla # 3.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	37%
No	12	63%
Total	19	100%

Tabla # 4.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	63%
Bueno	7	37%
Malo	0	0%
Pésimo	0	0%
Total	19	100%

Tabla # 5.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
Total	19	100%

Tabla # 6.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Promoción	12	33%
Publicidad medios de prensa	12	33%
Viajes de familiarización	2	6%
Ferías turísticas	5	14%
Precios de los programas y paquetes	5	14%
Total	36	100%

Tabla # 7.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
Desconoce	0	0%
Total	19	100%

Tabla # 8.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	87%
No	0	0%
Puede ser	4	13%
Total	30	100%

Tabla # 9.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Reservas telefónica	8	27%
Reserva página web	8	27%
Cuando llego al hotel	11	37%
Operadora de turismo	3	10%
Total	30	100%

Tabla # 10.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	67%
No	2	7%
No lo se	8	27%
Total	30	100%

Tabla # 11.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 12

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	90%
No	3	10%
Total	30	100%

Tabla # 12.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	17	57%
Bueno	12	40%
Malo	1	3%
Pésimo	0	0%
Total	30	100%

Tabla # 13.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 14

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Tabla # 14.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 15

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Promoción	11	31%
Publicidad medios de prensa	14	39%
Viajes de familiarización	4	11%
Ferias turísticas	5	14%
Precios de los programas y paquetes	2	5%
Total	36	100%

Tabla # 15.

Elaborado por: Xavier Meza

Cuadro # 16

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	93%
No	0	0%
Desconoce	2	7%
Total	30	100%

Tabla # 16.

Elaborado por: Xavier Meza



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN BAHIA DE CARAQUEZ
Ingeniería en administración Hotelera

Encuesta aplicada a las empresas de **alojamiento y hospedaje 19** (hoteles, casas de hospedaje, hostales) dentro de la ciudad Bahía de Caráquez y Leonidas Plaza

Objetivo: Determinar de qué manera las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez

Estimado encuestado/a, la información que usted proporcionara será de mucha importancia para el desarrollo de la tesis cuyo tema es: “**Aplicación de las tecnologías de información y comunicación en la gestión de los servicios hoteleros en Bahía de Caráquez.** Además se garantiza la confidencialidad de la información.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y marque con una equis (x) dentro del paréntesis la opción que considere correcta.

8. ¿Considera usted que las TIC (Tecnologías de la información y comunicación) mejoran el sistema de reservas en los hoteles de la ciudad Bahía de Caráquez?

() Sí

() No

() Puede ser

9. ¿Los turistas que han llegado hasta su establecimiento lo hicieron porque medios?

Reservas telefónica____

Reserva página web ____

Cuando llego al hotel ____

Operadora de turismo ____

10. ¿Contrataría usted una reserva por medios electrónicos como las páginas web?

() Sí

() No

No lo se ()

11. ¿Su empresa de alojamiento tiene una página web donde se puede hacer reservas de hospedaje?

() Sí

() No

12. ¿Cuál es su criterio sobre las reservas vía online?

✓ Excelente ____

✓ Bueno ____

✓ Malo ____

✓ Pésimo__

13. ¿Considera usted que los hoteles de Bahía de Caráquez deben promocionar las actividades turísticas en páginas web o medios electrónicos?

Si__

No__

14. ¿Cuál de los siguientes aspectos son importante para mejorar la venta de habitaciones durante un año calendario en una empresa de hospedaje?

✓ Promoción ____

✓ Publicidad medios prensa _____

✓ Viajes de familiarización _____

✓ Ferias Turísticas____

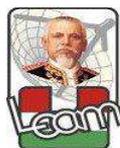
✓ Precios de los programas y paquetes_____

8. ¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros?

Si__

No__

Desconoce____



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN BAHIA DE CARAQUEZ

Ingeniería en administración Turística

Encuesta aplicada a turistas que llegan a Bahía de Caráquez **30 turistas**

Objetivo: Determinar de qué manera las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez

Estimado encuestado/a, la información que usted proporcionara será de mucha importancia para el desarrollo de la tesis cuyo tema es: “**Aplicación de las tecnologías de información y comunicación en la gestión de los servicios hoteleros en Bahía de Caráquez.** Además se garantiza la confidencialidad de la información.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y marque con una equis (x) dentro del paréntesis la opción que considere correcta.

1.- ¿Considera usted que las TIC (Tecnologías de la información y comunicación) mejoran el sistema de reservas en los hoteles de la ciudad Bahía de Caráquez?

() Sí () No () Puede ser

2.- ¿Usted como turistas que medio utilizó para realizar una reserva en este hotel?

Reservas telefónica____

Reserva página web ____

Cuando llego al hotel____

Operadora de turismo ____

3.- ¿Compraría usted una reserva por medios electrónicos como las páginas web?

() Sí () No No lo se ()

4.- ¿Considera usted como turista que las página web son segura para realizar una reserva de hospedaje en hoteles de Bahía de Caráquez?

() Sí () No

5.- ¿Cuál es su criterio sobre las reservas vía online?

✓ Excelente ____

✓ Bueno ____

✓ Malo ____

✓ Pésimo__

6.- ¿Considera usted que los hoteles de Bahía de Caráquez deben promocionar las actividades turísticas en páginas web o medios electrónicos?

Si__ No__

7.- ¿Cuál de los siguientes aspectos son importante para mejorar la venta de habitaciones durante un año calendario en una empresa de hospedaje?

✓ Promoción ____

✓ Publicidad medios prensa _____

✓ Viajes de familiarización _____

✓ Ferias Turísticas____

✓ Precios de los programas y paquetes_____

8.- ¿Considera usted que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación mejora la gestión de los servicios hoteleros?

Si__ No__ Desconoce____