

1-1-2018

# Análisis del impacto de las TIC 's en el sector hotelero de La Candelaria en la ciudad de Bogotá D.C

Ángel Eduardo Pinilla Fresneda

Mónica Tatiana Alarcón Bolívar

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas)

---

## Citación recomendada

Pinilla Fresneda, Á. E., & Alarcón Bolívar, M. T. (2018). Análisis del impacto de las TIC 's en el sector hotelero de La Candelaria en la ciudad de Bogotá D.C. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas/1520](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1520)

This Trabajo de Grado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# **Análisis del impacto de las TIC's en el sector hotelero de La Candelaria en la Ciudad de Bogotá D.C..**

## **Autores:**

Angel Eduardo Pinilla<sup>1</sup>

cod. 11082369

Monica Tatiana Alarcon<sup>2</sup>

cod. 11111250

## **Resumen**

La globalización como fenómeno económico ha cambiado por completo los esquemas de operación y de competencia de todos los sectores económicos a nivel mundial. Este fenómeno se ha visto potencializado por la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como una plataforma que utilizan las empresas para competir en estos mercados globalizados. El sector hotelero ha sido uno de los sectores que han introducido de forma más intensiva las TIC en sus operaciones, dado que la utilización de estas en los servicios que ofrecen producen como resultado un incremento notable en su competitividad. Esta investigación tiene como objetivo evaluar el efecto que ha tenido la introducción de las TIC en las operaciones de los establecimientos de alojamiento y hospedaje en la localidad de La Candelaria. Se encontró que el uso de estas nuevas tecnologías han traído una mejora en los indicadores de gestión de todas las áreas funcionales de estas empresa, además de potencializar su capacidad de servicio al cliente y mejora de su competitividad

## **Palabras Clave**

Globalización, TIC, impacto, hoteles, mejoramiento

---

<sup>1</sup> Estudiante del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle - Bogotá

<sup>2</sup> Estudiante del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle - Bogotá

**Abstract**

Globalization as an economic phenomenon has completely changed the patterns of operation and competition of all economic sectors worldwide. This phenomenon has been potentiated by the use of Information and Communication Technologies (ICT) as a platform that companies use to compete in these globalized markets. The hotel sector has been one of the sectors that have introduced ICTs more intensively in their operations, given that their use in the services they offer results in a notable increase in their competitiveness. The objective of this research is to evaluate the effect that the introduction of ICT has had on the operations of lodging and lodging establishments in the town of La Candelaria. It was found that the use of these new technologies has brought an improvement in the management indicators of all the functional areas of these companies, as well as enhancing their capacity for customer service and improving their competitiveness.

**Keywords**

Globalization, ICT, impact, hotels, improvement

## INTRODUCCIÓN

El proceso acelerado de evolución que han tenido las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) como resultado de un proceso de globalización desenfrenado, han dado como resultado que estas tecnologías estén a la orden del día a nivel personal, pero sobre todo, se han introducido en todas las actividades realizadas por la organización en sus distintas áreas funcionales.

Estas nuevas tecnologías han ganado protagonismo en las últimas dos décadas, uno tan grande que en la actualidad ningún individuo puede interactuar o relacionarse con su entorno de manera efectiva y eficaz sin la posibilidad de acceso a las mismas. Están presentes en actividades como educación, comunicación, turismo, interacción personal y sobre todo, en el mundo de los negocios.

Es en el ambiente empresarial donde estas tecnologías han ganado una importancia vital para cualquier organización, a tal punto que la mayoría de procesos que al interior desarrollan las mismas para lograr culminar con sus productos o servicios dependen de estas nuevas tecnologías. Según el informe *Talent Mobility 2020, The next generations of international assignments*, la importancia de las nuevas tecnologías en las organizaciones es de tal magnitud, que aquellas organizaciones que en un momento no las apropien de manera efectiva y eficaz en sus operaciones estarán condenadas a desaparecer. La globalización condiciona a que si una organización desea mantenerse en el tiempo sin importar su tamaño, esta debe incorporar en su estructura operativa estas nuevas tecnologías.

El sector hotelero ha sido uno de los sectores económicos donde la globalización y la competencia han obligado que las organizaciones pertenecientes a este sector inviertan en la adquisición e implementación de nuevas tecnologías que integran a las actividades operacionales para la prestación de sus servicios. Por tanto, el objetivo de esta investigación es identificar el impacto que ha tenido el uso de estas tecnologías en el sector hotelero de la localidad de La Candelaria, el cual por su infraestructura y tipo de clientes, es diferente al del resto de la ciudad.

Este artículo se compone de dos secciones fundamentales. En la primera sección se realiza una revisión teórica sobre el contexto del uso de las TIC's a nivel empresarial primeramente y luego en el contexto del sector hotelero, para terminar con una caracterización del sector de alojamiento y hospedaje para la ciudad de Bogotá D.C., como técnicamente se conoce. En la segunda sección se presentan los resultados obtenidos, donde en primer lugar se presenta cual ha sido el panorama de uso y apropiación de las TIC's en las empresas del sector alojamiento en el país, para concluir con la segunda sección, en donde se muestran los resultados del trabajo de campo desarrollado y se determina el impacto del uso de las TIC's en las organizaciones del sector turismo y alojamiento en la localidad de La Candelaria.

## **1. IMPACTO DE LAS TIC'S EN LAS ORGANIZACIONES**

El nuevo esquema globalizado en el que llevan a cabo sus operaciones todas las organizaciones sin importar el sector económico al que pertenecen, les condiciona a que

gradualmente hayan cambiado sus esquemas de operación, de un sistema fijo y estático a un sistema flexible y dinámico, que debe estar dispuesto a responder a las necesidades de los clientes las 24 horas del día.

Es bajo este nuevo esquema de operación que las TIC's adquieren un papel protagónico como herramienta de respuesta a los requerimientos del mercado. Estas tecnologías implican inversiones significativas en sus fases de adquisición, implementación, y uso en la organización. Su aplicabilidad va desde el diseño de la cadena de suministro, gestión comercial, gestión de mercados hasta el control de los pagos o el servicio post-venta, es decir, que son herramientas transversales en la organización (Leyva, Morales y Heredia, 2015).

Considerando el nivel tan alto de recursos financieros necesarios para su adquisición, implementación y uso, es de esperar que las organizaciones vean compensada esta inversión en una mejora en los resultados de su gestión, aunque esta mejora en el rendimiento no se espera que sea la misma para todas las organizaciones. Varias investigaciones han encontrado que invertir en tecnología puede generar beneficios a la organización, pero también han cuestionado si la inversión realizada es recuperada en términos de la mejora en la gestión, incremento de la eficiencia y la productividad de las mismas.

Una de las primeras investigaciones realizadas al respecto son realizadas en la década de 1980. McFarlan (1985) y Millar & Porter (1986), llegan a resultados similares, encontrando que las tecnologías permiten obtener una mejora en la posición competitiva de la organización, si esta se encuentra en la capacidad de obtener beneficios de su utilización por medio del valor añadido a sus productos y procesos internos. Goldhar y Jelinek (1985) afirman que las organizaciones que utilizan tecnologías pueden adquirir ventajas competitivas por medio de la diferenciación de sus productos y/o servicios.

En este mismo sentido, Bakos y Treacy (1986) identificaron que las TIC's producen una mejora en los resultados organizacionales, mejoramiento en la interacción con los clientes y proveedores, así como la innovación en sus productos y servicios. Morcillo y Bueno (1993) concluyen en su investigación, que las tecnologías ayudan a la gestión empresarial

mediante el mejoramiento en su gestión, eficiencia, productividad, rentabilidad, calidad y procesos de innovación, generando en conjunto un incremento de las ventajas competitivas de la organización.

Autores como Kaushik y Singh (2003), Martínez, Majó y Casadesús (2006), Ibarra, González y Cervantes (2016), Sánchez, De Llano y López (2016) y Monroy y Ramos (2016) encuentran que la adopción de TIC's produce como resultado el mejoramiento de la gestión, la productividad y la competitividad de la organización. En esta misma corriente se encuentra el estudio realizado por Mithas, Tafti, Bardhan y Goh (2012), donde tomaron más de 400 empresas, encontrando que las TIC's tienen un impacto positivo en las ventas y la rentabilidad, siendo más representativo este impacto que las inversiones realizadas en publicidad o I+D.

Sin embargo, en las Pymes este efecto no se presenta de la misma manera, dado que en este tipo de organizaciones aún tienen mucho camino que recorrer para lograr una apropiación efectiva de las TIC's, debido a dos factores principalmente que son: la ausencia de una cultura organizacional que valore su uso y la escasa disponibilidad de recursos humanos, financieros y tecnológicos que se tienen para tal fin (Hoyos & Valencia, 2012, p. 116). En la tabla 1 se presentan los factores que según estos autores pueden tener influencia en la incorporación de las TIC's en la pymes.

Tabla 1. Impacto de factores internos y externos de las pymes para incorporación de TIC's

Factores	Impacto	
	Positivo	Negativo
<b>Internos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El uso de computadoras e internet por la mayoría de trabajadores.</li> <li>La existencia de rubros destinados a la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El desconocimiento sobre la importancia del uso de computadoras e internet para la mejora de la gestión en la organización.</li> </ul>

	adquisición y mantenimiento de computadoras e internet. <ul style="list-style-type: none"> <li>• La orientación científica de la empresa (conocimiento sobre software e internet para la empresa).</li> <li>• La necesidad de incursionar en el comercio electrónico.</li> <li>• La consciencia sobre la importancia y utilidad del uso de computadores e internet en los procesos de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tamaño de la organización.</li> <li>• La falta de competencias en los trabajadores para el manejo de TIC's.</li> </ul>
<b>Externos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La proyección internacional de la empresa (experiencia exportadora).</li> <li>• La importancia del detail en sus ventas.</li> <li>• El volumen de clientes con acceso a internet.</li> <li>• El número de proveedores.</li> <li>• La disponibilidad de recurso humano.</li> <li>• La disponibilidad de recursos financieros destinados a la compra de computadores e internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dificultad de encontrar proveedores de servicios de internet.</li> <li>• La falta de servicios públicos que se presenten a través de internet.</li> <li>• La falta de conocimiento sobre los servicios bancarios prestados a través de internet.</li> </ul>

Fuente: Hoyos y Valencia (2012, p.114)

## IMPACTO DE LAS TIC's EN EL SECTOR TURISTICO Y HOTELERO

A partir de la década de 1990 y comienzos del siglo XXI se ha evidenciado un crecimiento sostenido en todas las actividades relacionadas con el descanso y el turismo, lo que ha provocado una mayor influencia de las mismas sobre las economías a nivel mundial.

El turismo esta catalogado como una de las principales fuentes de ingresos del PIB de las naciones y se considera como el sector más dinámico dentro de la industria de servicios (Cipolla, Nicol y Cipolla-Ficara, 2011). El crecimiento sostenido de lugares dedicados a ser destinos turísticos ha fortalecido el interés por este sector y ha generado e aumento de la inversión destinada al sector. Al día de hoy, el turismo es considerado como un elemento de suma importancia para el desarrollo socioeconómico de un país, apalancando la creación de empleos y estimulando la construcción de nueva infraestructura tendiente al incremento de la competitividad del sector en un mercado totalmente globalizado.

Para el año de 2014, el turismo internacional creció en 44%, lo que equivale a USD 480 millones adicionales, lo que llevo a lograr un nuevo record total de USD 1.135 millones, permitiendo que el sector haya obtenido el mayor crecimiento desde la crisis económica que se presento en el año 2009. Los niveles de crecimiento más altos se presentaron en



América con un 8%, seguidos de Asia y el Pacífico con 6%, Medio Oriente con 5% y Europa con 3% (UNWTO, 2014).

El turismo internacional representa aproximadamente el 30% de las exportaciones totales de servicios en el mundo y un 6% de las exportaciones totales brutas de un país, sin importar si este es desarrollado o pertenece a las economías emergentes. Este comportamiento permite concluir que la industria del turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial, dado su impacto en el desarrollo social y económico de un país, además de jalonar la dinámica de los demás sectores con los que interactúa, comportamiento que se ha presentado en las últimas décadas (Jang y Chen, 2008).

A esta dinámica creciente del sector turismo se le debe sumar el impacto que han tenido el mercado de las industria del sector debido a la evolución de las TIC's, dado a que estas ofrecen herramientas para la mejora de la gestión y generan valor añadido a los servicios ofrecidos por esta industria (Buhalis y Law, 2008). Las industrias turísticas han venido incorporando las TIC's en los servicios que ofrecen a sus clientes y en las actividades de apoyo inherentes a estos servicios, lo que les ha obligado a realizar grandes inversiones a nivel de recursos financieros y temporales, tendientes al diseño, implementación y gestión de aplicaciones (Banco de España, 2010). En pocas palabras se puede decir que la evolución del sector turístico esta ligada a los desarrollos que presentan las TIC's y a las adaptaciones estructurales y organizacionales que presentan las empresas del sector (Stamboulis y Skayannis, 2003).

La incorporación de las TIC's en el sector hotelero ha producido cambios de carácter significativo en la gestión de las empresas del sector, lo que ha generado que estas sean identificadas como uno de los principales motores de cambio en el sector (Law, Leung y Au, 2013). Desde la perspectiva de las actividades de marketing, las TIC's han dinamizado las actividades relacionadas con este aspecto, ya que su implementación permite un mejor conocimiento de las necesidades de los clientes, ofrecer un mejor servicio, aumentar la cobertura del mercado optimizándolos recursos disponibles y generando un incremento en la productividad y competitividad (Caro, 2008). Los hoteles han introducido las TIC's en los servicios que ofrecen a través de la oferta de servicios

como el check-in electrónico, la apertura de habitaciones mediante el teléfono móvil o la solicitud de servicio al cuarto mediante un tablet (González y Gidumal, 2015).

Se han realizado diversos estudios sobre el impacto de estas nuevas tecnologías en el sector turístico y hotelero. Botello, Pedraza y Contreras (2015), hallaron una relación directa entre la implementación de las TIC's y un incremento en la productividad en las empresas de servicios. La utilización de internet y correo electrónico como herramientas de interacción con el cliente y de desarrollo de procesos internos de innovación dan como resultado ese incremento en la productividad.

Moliner, Fuentes y Gil (2015) hallaron una relación directa entre el nivel de utilización de las TIC's y los beneficios en sus relaciones con otras organizaciones. Leyva, Morales y Heredia (2015) realizaron un estudio sobre la importancia de las redes sociales y su impacto en los sistemas de información de los hoteles como una estrategia para incrementar la productividad y competitividad. Dentro de los resultados que obtuvieron, identificaron que el 84% de los gerentes considera que el uso de la información recopilada en las redes sociales les permite tomar decisiones tendientes al incremento de la competitividad.

Ruiz, Gil y Moliner (2013) indican que existe una relación directamente proporcional entre el número de aplicaciones tecnológicas implementadas por un hotel y la satisfacción del cliente, la intencionalidad de recomendar el lugar por internet y de tomar la decisión de volver al mismo. Alonso, Rubio y Esteban (2008) determinan que la implementación de internet a las empresas del sector turístico han generado cambios considerables en los procedimientos de dirección de las mismas, cambiando la dinámica de las relaciones con sus agentes externos e internos.

Para el caso colombiano, Botello, Pedraza y Contreras (2015) realizan un análisis del impacto que tiene la implementación de las TIC's en el desempeño organizacional de las empresas de servicios del país y dentro de sus hallazgos más importantes encontraron que en las empresas de servicios donde se han adoptado las nuevas tecnologías se ha obtenido un indicador de ventas por trabajador superior en un 4,3% al mismo indicador

promedio de las empresas analizadas, lo que valida la importancia de estas tecnologías en el desempeño organizacional.

## **CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR HOTELERO EN BOGOTÁ D.C.**

Es fundamental para el desarrollo de la temática planteada el conocer cual es la situación actual del sector hotelero en la ciudad y cuales son sus características fundamentales. Para la obtención de esta información se utilizó la información histórica y estadística que sobre el sector hotelero se han desarrollado en la ciudad de Bogotá D.C.

Se han realizado estudios previos de caracterización y componentes básicos de desempeño del sector, dada la dinámica creciente que ha tenido el mismo en la última década y el impacto que tiene en el PIB de la ciudad, al ser Bogotá D.C. el destino hotelero de mejor comportamiento en el país (Instituto Distrital de Turismo, 2016).

Para entender el contexto se seleccionaron las dimensiones más representativas para la investigación. Las dimensiones seleccionadas son las siguientes:

- Generalidades del sector
- Infraestructura
- Alojamiento
- Finanzas
- Mercado

A continuación se desarrollarán cada una de estas dimensiones, para así poder comprender en mejor manera el comportamiento del sector hotelero en la ciudad.

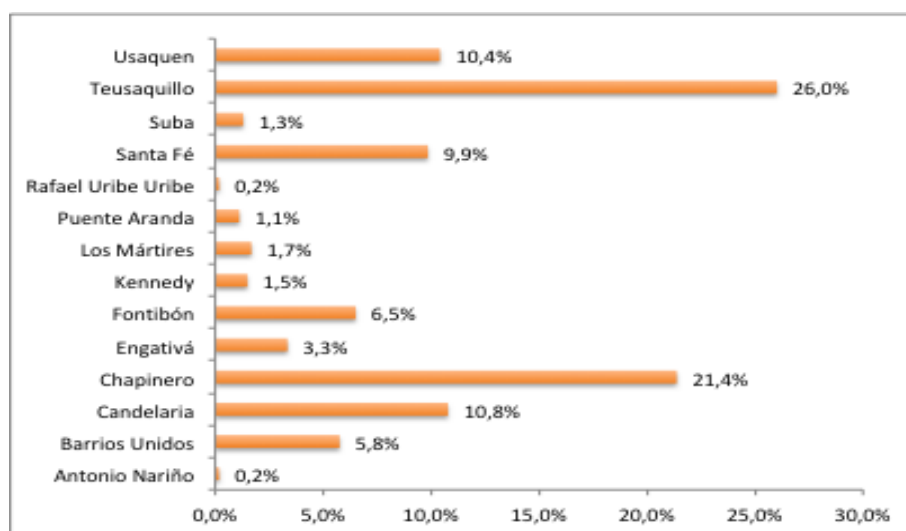
### **Generalidades**

En primer lugar es importante conocer la situación del sector en cuanto a ubicación de los establecimientos según la localidad, clasificación de los establecimientos de acuerdo al

tipo de establecimiento y la localidad, clasificación de acuerdo a la capacidad instalada del establecimiento, etc.

De acuerdo al Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje de la ciudad de Bogotá (IDT, 2016), para el año 2016 Bogotá contaba con 538 establecimientos en total para el sector hotelero, los cuales se distribuyen en sus 14 localidades como se muestra en el gráfico 1.

**Gráfico 1. Distribución de establecimiento por localidad**



**Fuente: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)**

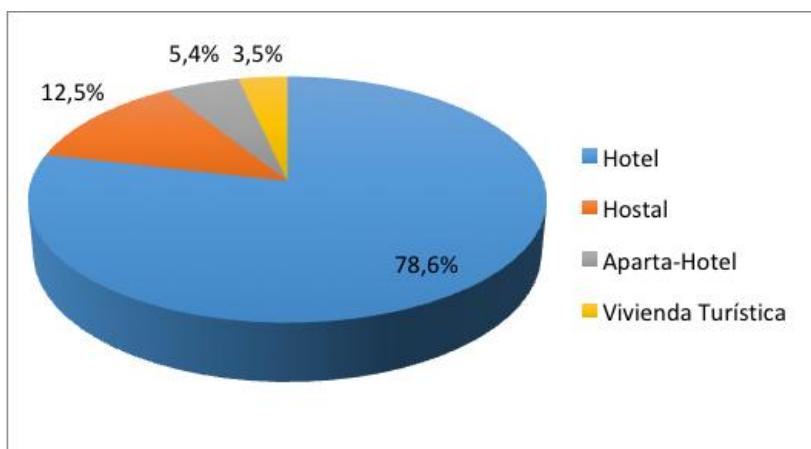
Como se puede observar en el gráfico 1, las tres localidades donde se encuentra la mayor concentración de establecimientos están representadas por Teusaquillo con un 26%, Chapinero con un 21,4% y La Candelaria con un 10,8%, siendo esta última nuestro objeto de estudio. Esto confirma la importancia que tiene el sector de La Candelaria dentro del sector hotelero de la ciudad.

Un segundo análisis que se debe realizar corresponde a la clasificación del tipo de establecimiento con respecto a la población total identificada. De acuerdo a la clasificación planteada por COTELCO, los establecimientos de alojamiento y hospedaje se pueden clasificar en cuatro categorías que son: Hoteles, Hostales, Aparta-Hoteles y Viviendas Turísticas. Esta clasificación se realiza en función de factores como la

infraestructura, servicios ofrecidos, normas técnicas de calidad que poseen, entre otras cuantas.

De los 538 establecimientos censados en 2016, se encontró que 423 son hoteles, 67 son hostales, 29 son aparta-hoteles y 19 son viviendas turísticas. En el gráfico 2 se presenta la distribución de acuerdo al tipo de establecimiento.

**Gráfico 2. Distribución por tipo de establecimiento**



**Fuente: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)**

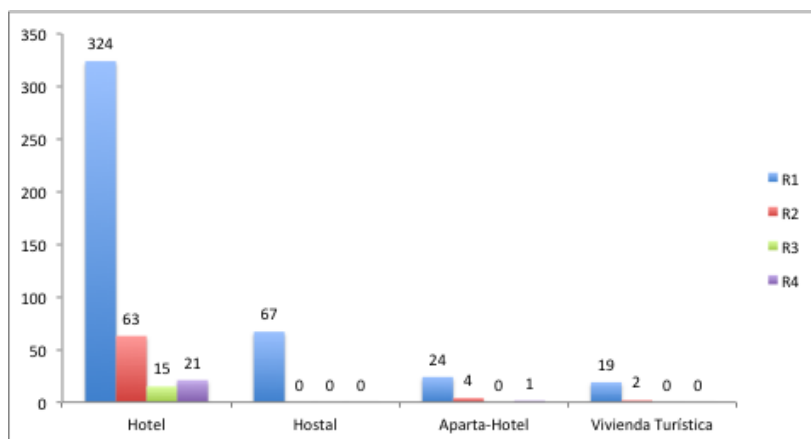
Como se puede observar, la mayoría de establecimientos pertenece al tipo Hotel con un 78,6%, seguidos por el tipo Hostal con un 12,5%. Cabe señalar para el censo realizado en el año 2016, la localidad de La Candelaria contaba con 23 hoteles, 33 hostales y 2 viviendas turísticas.

Una tercera categorización que se debe analizar esta relacionada con el tipo de establecimiento y su tamaño o capacidad instalada. El Instituto Distrital de Turismo – IDT, generó tres rangos de clasificación de acuerdo al tamaño del establecimiento. Estos rangos de clasificación son:

- Rango 1 – R1: Menor a 50 habitaciones
- Rango 2 – R2: De 51 a 100 habitaciones
- Rango 3 – R3: De 101 a 150 habitaciones
- Rango 4 – R4: Mas de151 habitaciones

En el gráfico 3 se muestra la distribución del tipo de establecimiento y el rango en el que se encuentran los distintos establecimientos. Esta clasificación es fundamental para comprender la capacidad instalada que tiene el sector hotelero en Bogotá

**Grafico 3. Distribución por tipo de establecimiento y rango de tamaño**



**Fuente: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)**

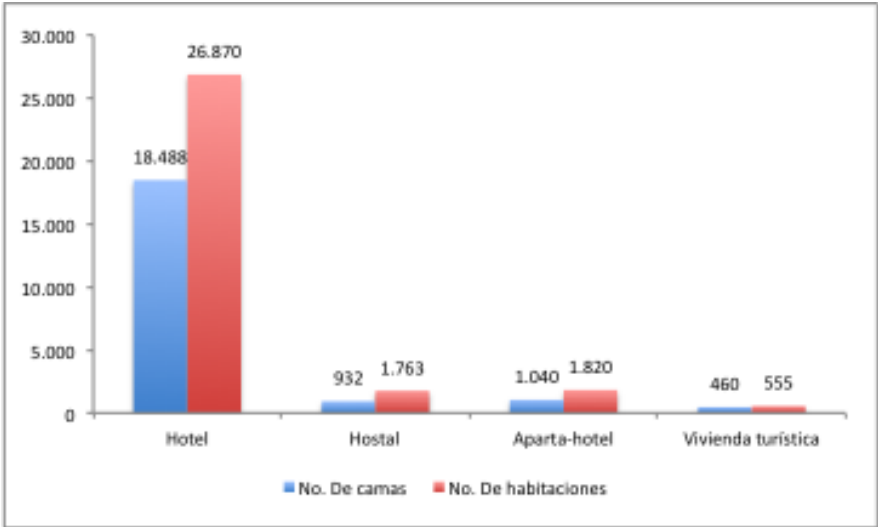
Como se puede observar en el gráfico, la mayor concentración de tipo de establecimientos corresponde al tipo Hotel, con un tamaño igual o menor a 50 habitaciones. De esos 324 hoteles con rango 1, solo 23 están ubicados en la localidad de La Candelaria como se mencionó anteriormente.

### **Infraestructura**

La infraestructura hotelera ha tenido un crecimiento exponencial cada década, desde sus inicios en la década de los años 50's, donde solamente contaba con 5 hoteles principales que sobrevivieron al episodio de destrucción del 9 de abril de 1948 (Moreno, 1981). Para el censo de 2016, el número total de establecimientos sobre los que se obtuvo información y que están legalmente conformados corresponde a un total de 538 establecimientos.

De acuerdo con los datos del Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (IDT, 2012), para el año de 2012 contaba con una oferta de 15.803 habitaciones y un total de 22.517 camas, para satisfacer la demanda de alojamiento y hospedaje. Para el año de 2016 se estableció que la oferta existente corresponde a 20.920 habitaciones y 31.000 camas, lo que implica un aumento del 32,4% en la oferta de habitaciones y de un 37,7% en la oferta de camas, evidenciando el dinamismo del sector en la ciudad. En el gráfico 4 se puede apreciar cual es la capacidad instalada en términos de habitaciones y camas disponibles por tipo de establecimiento para el año de 2016.

**Grafico 4. Capacidad instalada por tipo de establecimiento**



**Fuente: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)**

Otro elemento de importancia a considerar dentro de la infraestructura es la adquisición de software especializado para el servicio hotelero dentro de la inversión en infraestructura. Adicionalmente, este factor es de vital importancia para la investigación, dado que el impacto de las TIC's en gran medida se aprecia si los establecimientos han hecho inversión en los mismos. Para el año 2016 solo el 55% de los establecimientos hoteleros en la ciudad de Bogotá habían invertido en software especializado como mejoramiento de su infraestructura.

El último elemento a considerar dentro de la infraestructura corresponde a las salas de negocios o eventos con las que cuentan los establecimientos, dado que este es un factor

diferenciador y de decisión que consideran los clientes en la elección de la ciudad y el establecimiento.

En el censo de 2016 se identificaron 618 salones de negocios o eventos, los cuales se encuentran distribuidos entre 168 establecimientos y ubicados en 8 de las 14 localidades de la ciudad. La capacidad instalada por establecimiento es directamente proporcional a la oferta de habitaciones del establecimiento. Se encontró que para establecimientos del rango 1, es decir, hasta con 50 habitaciones se cuenta con un promedio de 2 salones por establecimiento. Para el rango 2 el promedio es de 3 salones. Para el rango 3 el promedio es de 5 salones y para el rango 4 el promedio es de 12 salones.

### **Alojamiento**

La dimensión de alojamiento permite evidenciar cual es la dinámica que ha presentado la demanda de los servicios de alojamiento y hospedaje en la ciudad de Bogotá, dado que estas cifras son calculadas cada año por la secretaría económica de la ciudad. Esto nos permite visualizar la importancia potencial que tiene el uso de las TIC's para el posicionamiento en el mercado de cualquier establecimiento de alojamiento y hospedaje. El primer componente del alojamiento que se analizó corresponde al porcentaje de ocupación de la capacidad instalada por año.

La tabla 2 presenta la evolución del porcentaje de ocupación presentado en la ciudad, de acuerdo al Anuario de Estadísticas Económicas y Fiscales de Bogotá D.C., para el año 2016 (Secretaría de Desarrollo Económico, 2016)

### **Tabla 2. Porcentaje de ocupación hotelera 2005 - 2016**



Año	Porcentaje de Ocupación		Tarifa promedio (en pesos)		Índice de empleo	
	Colombia	Bogotá	Colombia	Bogotá	Colombia	Bogotá
2005	54,1	68,3	139.814	172.074	0,72	0,87
2006	56,4	69,4	162.386	192.132	0,73	0,75
2007	56,1	71,1	172.365	210.296	0,87	0,84
2008	54,5	64,6	195.779	249.135	0,73	0,60
2009	50,8	59,8	202.954	263.552	0,69	0,61
2010	52,0	61,1	206.676	263.193	0,71	0,63
2011	54,5	62,8	216.752	264.961	0,74	0,64
2012	54,7	49,5	221.954	257.206	n.d	n.d
2013	52,9	52,6	206.318	241.935	0,75	n.d
2014	52,9	58,1	206.000	241.460	0,77	1,36
2015	55,4	56,9	219.724	253.028	n.d	n.d
2016	56,2	55,1	254.956	257.261	n.d	n.d

**Fuente: (Secretaría de Desarrollo Económico, 2016)**

De acuerdo a los datos presentados en la tabla, la dinámica presentada por el sector hotelero en la ciudad de Bogotá es decreciente, teniendo en cuenta la disminución que se presenta en el periodo analizado, situación que es preocupante pero de la cual no se conocen sus causas.

### **Finanzas**

Las finanzas es otra de las dimensiones necesarias para poder caracterizar el sector hotelero de la ciudad. Para el año 2016 el sector presentó ingresos brutos por \$865.911.693.780, de los cuales \$577.155.272.022 (66,6%) corresponden a servicios de alojamiento, \$105.737.010.431 (21,8%) corresponden a ventas de alimentos y bebidas y por último, \$100.972.848.205 (11,6%) corresponden a los ingresos por la realización de eventos y ruedas de negocio (Secretaría de Desarrollo Económico, 2016).

Para el año 2016, el sector hotelero de la localidad de La Candelaria presentó ingresos brutos por \$7.956.896.304, los cuales corresponden al 0,9% de la totalidad de los ingresos que genera el sector hotelero de la ciudad.

### **Mercado**

Esta es la última dimensión que contempla la caracterización del sector hotelero de la ciudad de Bogotá D.C.. Esta corresponde a la descripción del mercado, el origen de los turistas que acceden a los servicios del sector hotelero, su motivación de visita y los canales de ventas y reservas utilizados por estos.

Bogotá D.C., que de acuerdo a las estadísticas es el principal destino turístico del país, tiene una dinámica creciente como producto de su variedad de atractivos, su papel como centro administrativo del país y su posicionamiento a nivel internacional como la quinta mejor ciudad en América Latina (America Economic Intelligence, 2016), tercera en el país para realizar negocios (Banco Mundial, 2016), siendo la única ciudad de América Latina en pertenecer al selecto grupo de BestCities Global Alliance (Invest in Bogotá, 2016).

Una vez identificados estos factores diferenciadores de la ciudad, se revisarán las estadísticas referentes al mercado que posee el sector hotelero de la ciudad, lo cual permitirá más adelante, configurar las métricas de impacto del uso de la TIC's en el sector hotelero de La Candelaria.

Un primer factor a identificar es el origen de los turistas que vienen a Bogotá y acceden a los servicios hoteleros de la ciudad. Según las estadísticas, de la totalidad de totalidad de turistas que visitan la ciudad, el 63% corresponde a turistas de origen nacional y el 37% corresponde a turistas extranjeros (IDT, 2016).

Para los turistas nacionales se encontró que en 2016 el 32% de los mismos provenía de la ciudad de Medellín, 24% de la ciudad Cali, 12% de la ciudad de Barranquilla y el porcentaje restante se distribuye entre otras ciudades del país. En cuanto a las motivaciones que tienen estos turistas para venir a la ciudad, su determinación es imposible, ya que no existe un mecanismo apropiado para tal fin.

Para los turistas extranjeros se encontró que en 2016 el 22,6% de los mismos provenía de EE.UU, 21,5% de Europa, 10,9% de México, 8,4% de Brasil y el porcentaje restante se distribuye entre otros países.

Para los turistas extranjeros de visitantes que visitaron Bogotá se posee más información debido a las formas de inmigración que deben llenar los mismos para ingresar al país. La tabla 3 presenta las estadísticas correspondientes al número de turistas extranjeros que visitaron Bogotá en el año 2016, de acuerdo al Anuario de Estadísticas Económicas y Fiscales de Bogotá D.C., para el año 2016 (Secretaría de Desarrollo Económico, 2016).

**Tabla 3. Turistas extranjeros que visitaron Bogotá D.C. 2005 - 2016**

Año	Bogotá	Cartagena	Medellín	Cali	Barranquilla	San Andrés	Colombia
2005	416.734	114.789	84.925	77.459	40.129	55.995	933.243
2006	517.642	128.972	95.026	86.979	44.602	61.988	1.053.344
2007	616.772	133.172	104.445	102.296	48.882	59.308	1.195.440
2008	627.056	141.367	107.841	99.149	48.020	58.009	1.222.966
2009	692.826	155.264	143.093	98.060	50.872	47.550	1.353.760
2010	754.960	169.100	163.120	113.146	52.647	48.633	1.474.884
2011	861.722	177.858	151.470	109.491	53.694	46.277	1.582.120
2012	903.657	241.049	166.391	112.278	51.217	51.590	1.692.822
2013	968.996	229.728	194.991	124.360	54.275	53.188	1.832.069
2014	1.077.901	259.275	213.059	134.289	54.027	80.862	2.047.720
2015	1.215.559	298.199	283.395	165.106	64.279	88.468	2.189.513
2016	1.277.116	368.497	341.118	185.255	72.514	98.035	2.698.155

**Fuente: (Secretaria de Desarrollo Económico, 2016)**

Como se puede evidenciar, la dinámica de este factor es creciente a lo largo de todo el periodo, lo que representa para Bogotá un gran mercado potencial para su sector hotelero. Las instituciones encargadas del monitoreo y regulación del sector hotelero en la ciudad deberían realizar un estudio que permita explicar las causas de la disminución en la ocupación hotelera cuando el número de visitantes en la ciudad ha presentado un aumento en el mismo periodo analizado.

En cuanto a las motivaciones por las cuales los turistas tanto nacionales como extranjeros vienen a la ciudad el comportamiento cambia por completo. En la tabla 4 se presentan las motivaciones de los visitantes de Bogotá D.C. para el año 2016.

**Tabla 4. Motivaciones de los turistas que visitaron Bogotá D.C (%). 2005 - 2016**

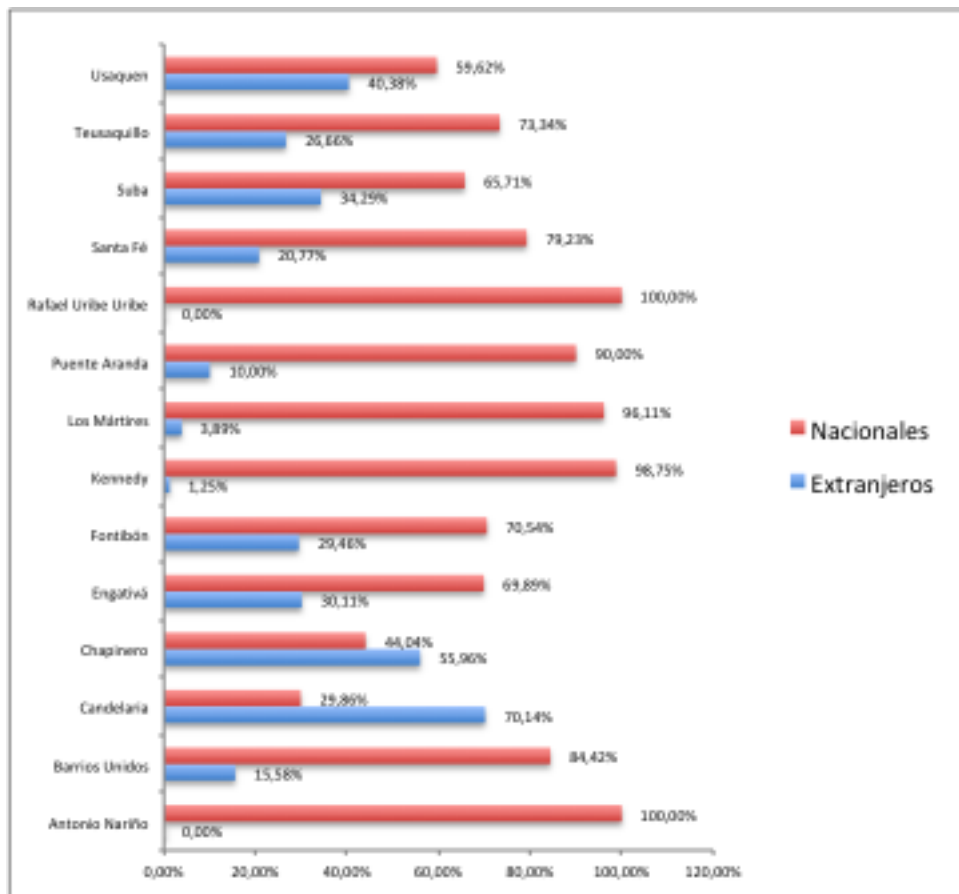
Procedencia	Motivación	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nacional	Asistencia a eventos	2,9	2,4	2,1	4,3	3,2	2,7	3,0
	Recreación vacaciones	15,2	14,8	15,3	18,4	11,6	13,3	17,1
	Negocios Trabajo	32,7	31,2	29,3	28,7	26,3	23,8	27,2
	Servicios Médicos	6,6	7,6	8,9	7,7	11,9	12,2	14,5
	Visita a familiares y/o amigos	39,3	38,8	37,5	35,5	38,7	39,8	31,7
	Otros motivos	3,4	5,3	6,9	5,2	8,2	8,2	6,5
Internacional	Asistencia a eventos	5,0	4,9	3,1	4,1	4,7	5,6	1,6
	Recreación vacaciones	34,2	33,3	35,8	38,8	34,8	43,4	45,1
	Negocios Trabajo	27,8	29,4	28,3	26,8	27,7	21,2	20,6
	Servicios Médicos	2,3	1,8	1,6	1,4	1,8	0,9	1,4
	Visita a familiares y/o amigos	28,7	28,8	28,9	27,2	28,4	25,5	29,0
	Otros motivos	2,0	1,8	2,3	1,8	2,8	3,4	2,3

**Fuente: (Secretaria de Desarrollo Económico, 2016)**

Como se evidencia en la tabla, la principal motivación por la cual los turistas nacionales visitaron la ciudad en 2016 corresponde a motivos de negocios con un 27,2%. Para los turistas extranjeros, la principal motivación para visitar la ciudad corresponde a motivos de recreación o vacaciones con un 45,1%. De la totalidad de turistas extranjeros que visitaron la ciudad, el 42,6% se alojó en establecimientos de la localidad de La Candelaria.

Realizando un análisis del comportamiento de los turistas por localidad, se evidencia que para la localidad de La Candelaria, el tipo de turistas que es más representativo es el extranjero (IDT, 2016). En el gráfico 5 se presenta la distribución del tipo de turista por localidad.

**Grafico 5. Distribución del tipo de turista por localidades 2016**



**Fuente: (Instituto Distrital de Turismo, 2016)**

Como se puede evidenciar en el gráfico, de la totalidad de turistas que se hospedaron en la localidad de La Candelaria para el año 2016, el 70,14% corresponde a turistas de origen extranjero.

El último elemento a considerar dentro del análisis de mercado del sector hotelero en la ciudad, corresponde a los canales de ventas y reservas utilizados por los turistas tanto nacionales como extranjeros. Dentro de los canales de venta se encontró que para el año 2016 el canal de venta más utilizado fue el directo con un 53,9%, las OTA's<sup>3</sup> con un 24,29%, página propia con un 11,94%, agencia de viajes con un 5,56% y el porcentaje restante hace referencia a otros canales (IDT,2016).

<sup>3</sup> Corresponde a las siglas en inglés de Online Travel Agencies, que en español se traduce como agencias de viaje en línea, siendo algunas de las principales Expedia, Trivago, Priceline, Booking, Hotels.com, etc.

Para la localidad de La Candelaria el comportamiento cambia sustancialmente, encontrándose que el canal directo es usado por un 32,8% de los turistas que se hospedan en el sector, las OTA's son usadas por un 46,1% de los turistas, la pagina propia es utilizada por un 16,7% y el restante se encuentra asociado a otros medios. Esto evidencia claramente que el uso de las TIC's ha sido de vital importancia para la consolidación del sector hotelero en la localidad.

## **METODOLOGIA**

De acuerdo a la temática y los objetivos planteados para esta investigación, el tipo de investigación planteado es de tipo descriptivo. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren. Desde esta perspectiva, la investigación solamente puede ser de carácter descriptivo.

Para medir el impacto que tiene el uso de las TIC's sobre la gestión de los hoteles ubicados en la localidad de la Candelaria, en primer lugar se realizó una revisión sobre los indicadores básicos sobre la tenencia y uso de las TIC's en las empresas de Colombia para el año 2016, con el propósito de evidenciar cual ha sido el impacto del uso de estas tecnologías en las actividades desarrolladas por las empresas del sector de alojamiento y hospedaje. Adicionalmente, se involucran otro sector como el de agencias de viajes dado que tiene actividades conexas con el sector objeto de estudio.

En segundo lugar, se diseño una encuesta estructurada que mide el impacto en cuatro dimensiones fundamentales que son: Caracterización, Mercado, Operaciones y Finanzas. La población total de establecimientos de alojamiento y hospedaje para la localidad de La Candelaria esta compuesta por 25 hoteles, 39 hostales y 4 viviendas turísticas, para una población total de 62 establecimientos, que fueron documentadas gracias a la información previa disponible en el Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (IDT, 2016) y una revisión física de la localidad.

Es importante resaltar que la encuesta solo fue respondida por 20 hoteles, 31 hostales y 1 vivienda turística. Dado que la muestra es en dimensión casi igual a la población total, se han considerado como validos los datos recopilados y sobre los cuales se desarrollan los resultados de la investigación.

## RESULTADOS

Como primer resultado se presentan los resultados que arrojo el estudio de indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de Información y Comunicación (DANE, 2017), los cuales son analizados para tener un panorama real de la apropiación de las TIC's en el sector alojamiento y hospedaje a nivel nacional. Se recolecta información también para el sector de agencias de viajes, dada la relación que existe entre sus actividades.

El primer factor a analizar es la apropiación de computador e internet en las actividades desarrolladas por estos sectores. Se evidencia que para el sector alojamiento la totalidad de los establecimientos han incorporado TIC's en sus actividades operacionales y con un 89,5% de estos posee una página web, lo que evidencia un alto nivel de apropiación de nuevas tecnologías en sus operaciones. La Tabla 5 presenta concentra los resultados encontrados para el sector alojamiento.

Tabla 5. Indicadores básicos sobre la tenencia y uso de TIC's en empresas del sector alojamiento para el contexto país

ITEM	Alojamiento (%)	Agencias de viaje (%)
Empresas que usaron computador e internet.	100,0%	100,0%
Empresas que poseen página web	89,5%	92,3%
<b>Utilización de aplicaciones o programas informáticos</b>		
Compraron aplicaciones para uso exclusivo	82,9%	87,2%
Alquilaron aplicaciones	55,9%	69,2%
Descargaron aplicaciones gratuitas	19,9%	37,2%
Desarrollaron sus propias aplicaciones	12,5%	38,5%
<b>Personal ocupado que uso de computador o internet en su trabajo</b>		
Uso computador	62,3%	97,2%
Uso internet	62,1%	97,5%

<b>Tipos de redes utilizadas por las empresas</b>		
LAN	100,0%	100,0%
WAN	37,3%	53,8%
Intranet	82,2%	89,7%
<b>Actividades realizadas por las empresas que usaron internet</b>		
Buscar información	98,9%	100,0%
Operaciones de banca electrónica	97,2%	98,7%
Suministrar servicio al cliente	96,9%	100,0%
Para recibir pedidos	77,6%	88,3%
Para hacer pedidos	82,2%	90,9%
Capacitación de personal	77,8%	96,1%
Para contratación interna o externa	58,8%	76,6%
Para uso de aplicaciones	92,3%	98,7%
Llamadas telefónicas voz IP	79,4%	93,5%
<b>Comercio electrónico</b>		
Vender productos	85,1%	87,0%
Comprar insumos	63,6%	79,2%
Porcentaje de ventas a través de comercio electrónico	38,4%	45,3%
Porcentaje de compras a través de comercio electrónico	18,1%	27,7%

**Fuente: (DANE, 2017)**

En cuanto a la utilización de aplicaciones o software en el desarrollo de sus operaciones se evidencia que 82,9% de establecimientos de alojamiento del país prefiere comprar sus propias aplicaciones o software, siendo este un porcentaje muy superior comparado con las opciones de alquilar aplicaciones, descargar aplicaciones gratuitas o desarrollar sus propias aplicaciones. Este comportamiento muy probablemente se presenta debido a que la mayor concentración de establecimientos de alojamiento esta en los hoteles, donde por el volumen de clientes y los recursos financieros que poseen, los obligan a realizar inversiones importantes en tecnología a la medida de sus necesidades, lo que solo obtienen con la compra de las aplicaciones o del software especializado.



En términos del personal ocupado se encuentra que el 62% del personal que trabaja en los establecimientos de alojamiento utiliza computador o internet en sus actividades laborales. Este índice se puede considerar bajo en comparación con el porcentaje de empresas que posee computador y/o internet, pero esta situación se debe fundamentalmente a que en establecimientos como hoteles de gran tamaño, existe una gran diversidad de perfiles laborales las cuales no utilizan el uso de tecnologías.

Para el tipo de redes que son utilizadas en el sector de alojamiento se encuentra que el 100% utiliza redes LAN en sus operaciones. Este tipo de redes son fundamentales para las operaciones de los establecimientos de alojamiento y turismo dado que es a través de este canal que se puede ofrecer los servicios de conectividad wi-fi y se pueden ofrecer llamadas de voz IP. La intranet tiene un menor porcentaje, ya que la implementación de este tipo de redes solo se justifica en la medida que se posea software o aplicaciones para la prestación de servicios que necesiten actualización de datos en tiempo real.

En cuanto a las actividades realizadas por los establecimientos que usan internet en el sector alojamiento se encuentra que el principal uso esta en la búsqueda de información, operaciones de banca electrónica y actividades de servicio al cliente. Como se evidencia, estas actividades son prioritarias en la operación de estos establecimientos y son un componente fundamental en el servicio al cliente, lo que explica el porcentaje de uso para estas actividades.

Con la caracterización del sector alojamiento y hospedaje en la ciudad de Bogotá D.C. y una aproximación bastante importante sobre el uso de las TIC's en cuanto a las empresas del sector alojamiento a nivel nacional, se obtienen los elementos teóricos fundamentales para poder determinar el impacto de las TIC's en el sector hotelero de La Candelaria.

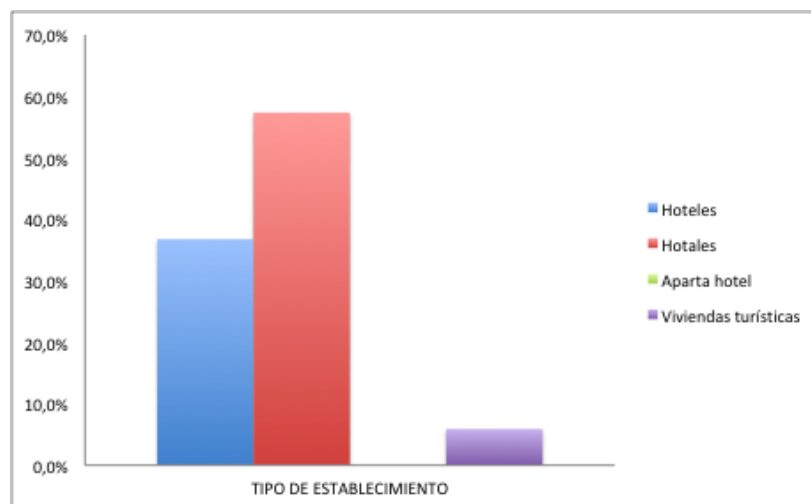
## **IMPACTO DE LAS TIC'S EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CANDELARIA**

En este apartado se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los establecimientos identificados. En primer lugar se establece una caracterización de los establecimientos encontrados, en la cual se determinan factores como porcentajes por tipo de establecimiento entre otros, permitiendo identificar las características particulares de los establecimientos del sector en la localidad de La Candelaria.

### **Generalidades**

La primera característica identificada esta determinada por el numero de establecimientos por tamaño. De acuerdo a la recolección de información realizada y la revisión de fuentes secundarias se estableció que para la localidad existen actualmente 25 hoteles, 39 hostales y 4 viviendas turísticas. En el gráfico 6 se presenta la distribución por tipo de establecimiento.

**Gráfico 6. Distribución por tipo de establecimiento**

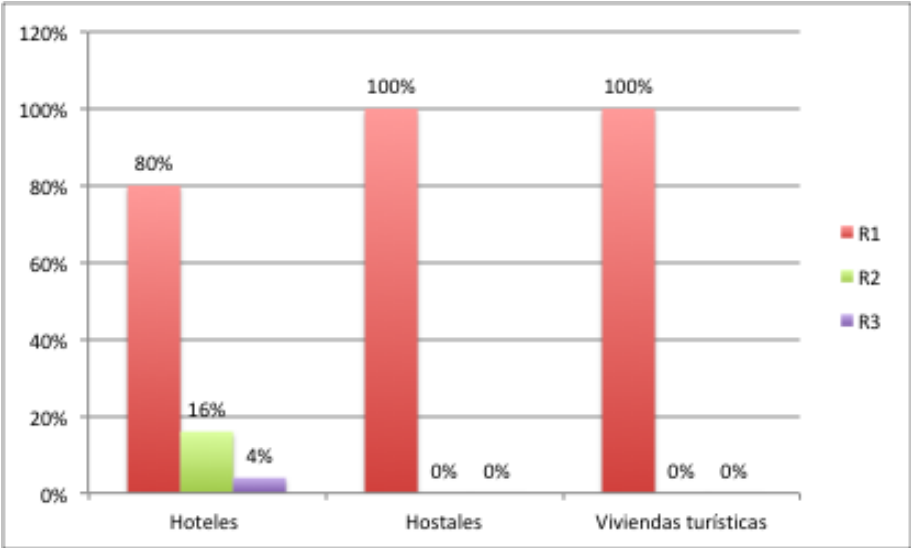


**Fuente: Elaboración propia**

Como se evidencia en el gráfico 6, el 57,4% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje en la localidad corresponde a los hostales y 36,8% corresponde a los hoteles, concentración que se diferencia por completo al comportamiento que tiene la ciudad y que fue presentado en el gráfico 2, donde los hoteles representan el mayor porcentaje de establecimientos. Esto se debe en gran medida a la imposibilidad de construir grandes proyectos en la localidad, debido a su característica de patrimonio histórico y cultural.

De acuerdo a la clasificación por tipo de establecimiento y rango, se encuentra que en la categoría de hoteles 20 de estos tiene una capacidad de hasta 50 habitaciones que corresponde al rango 1, 4 tienen una capacidad que oscila entre 51 y 100 habitaciones y solo 1 tiene una capacidad superior a 100 habitaciones. Para los hostales y las viviendas turísticas se encuentra que la totalidad de los establecimientos se encuentran en el rango 1, es decir, son establecimientos relativamente pequeños y de poca capacidad. En el gráfico 7 se muestra esta composición.

**Grafico 7. Distribución por tipo de establecimiento y rango de capacidad**



Fuente: Elaboración propia

Otro elemento fundamental para la caracterización de los establecimientos del sector hotelero de la localidad corresponde a la apropiación de las TIC's en su infraestructura. Para la realización de esta caracterización se utilizaron los mismos elementos que componen los indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y que fueron analizados anteriormente. En la tabla 6 se presentan los resultados.

**Tabla 6. Indicadores básicos sobre la tenencia y uso de TIC's en el sector hotelero de la localidad de La Candelaria**

<b>ITEM</b>	<b>Alojamiento (%)</b>
Empresas que usaron computador e internet.	100,0%
Empresas que poseen página web	93,1%
<b>Utilización de aplicaciones o programas informáticos</b>	
Compraron aplicaciones para uso exclusivo	71,2%
Alquilaron aplicaciones	65,2%
Descargaron aplicaciones gratuitas	67,9%
Desarrollaron sus propias aplicaciones	6,7%
<b>Personal ocupado que uso de computador o internet en su trabajo</b>	
Uso computador	89,2%
Uso internet	87,3%
<b>Tipos de redes utilizadas por las empresas</b>	
LAN	100,0%
WAN	36,3%
Intranet	63,7%
<b>Actividades realizadas por las empresas que usaron internet</b>	
Buscar información	99,4%
Operaciones de banca electrónica	97,8%
Suministrar servicio al cliente	97,9%
Para recibir pedidos	91,2%
Para hacer pedidos	67,2%
Capacitación de personal	87,8%
Para contratación interna o externa	54,8%
Para uso de aplicaciones	95,6%
Llamadas telefónicas voz IP	90,9%

**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede observar en la tabla 5, en comparación con los indicadores a nivel nacional presentados anteriormente, los establecimientos del sector hotelero de la localidad de La Candelaria presentan una mayor apropiación de las TIC's en su infraestructura y su estructura de servicio.

El 100% de los establecimientos poseen computadores e internet y el 93,1% posee una página web o se encuentra en un portal web que permite a los clientes conocer la

información necesaria sobre el establecimiento. Este porcentaje tan alto de establecimientos con página web se debe a que el mayor porcentaje de sus huéspedes es de origen extranjero y por este medio pueden llegar a los mismos.

En cuanto a la utilización de aplicaciones o programas informáticos se encuentra que los establecimientos del sector están algo rezagados, debido a que como se menciono anteriormente, la mayoría de establecimientos del sector esta concentrado en hostales y en hoteles que se encuentran en el rango de hasta 50 habitaciones y por tal razón, los recursos para invertir en este tipo de elementos es limitada.

Se observan indicadores superiores a los del promedio nacional para el personal que usa computador o internet en su trabajo. Fundamentalmente se explica este comportamiento debido al tamaño de los establecimientos, en donde el número de habitaciones es relativamente pequeño y el número de personas empleadas no es muy alto. Esto obliga a que los procesos sean realizados a través de computador e internet y obliga a que la mayoría de los trabajadores utilicen computador e internet en sus actividades en pro de prestar un servicio de calidad y en concordancia con las exigencias de sus clientes.

En cuanto a las actividades de los establecimientos que utilizaron internet se evidencia que los porcentajes de las empresas de la localidad superan a los indicadores a nivel nacional. Como se menciono anteriormente, en la localidad los establecimientos tienen un tamaño reducido y esto las obliga a tener plantas de personal reducidas, pero que deben tener competencias en el manejo del computador e internet, ya que es fundamental para reducir costos y prestar un servicio con un buen nivel de calidad.

### **Mercado**

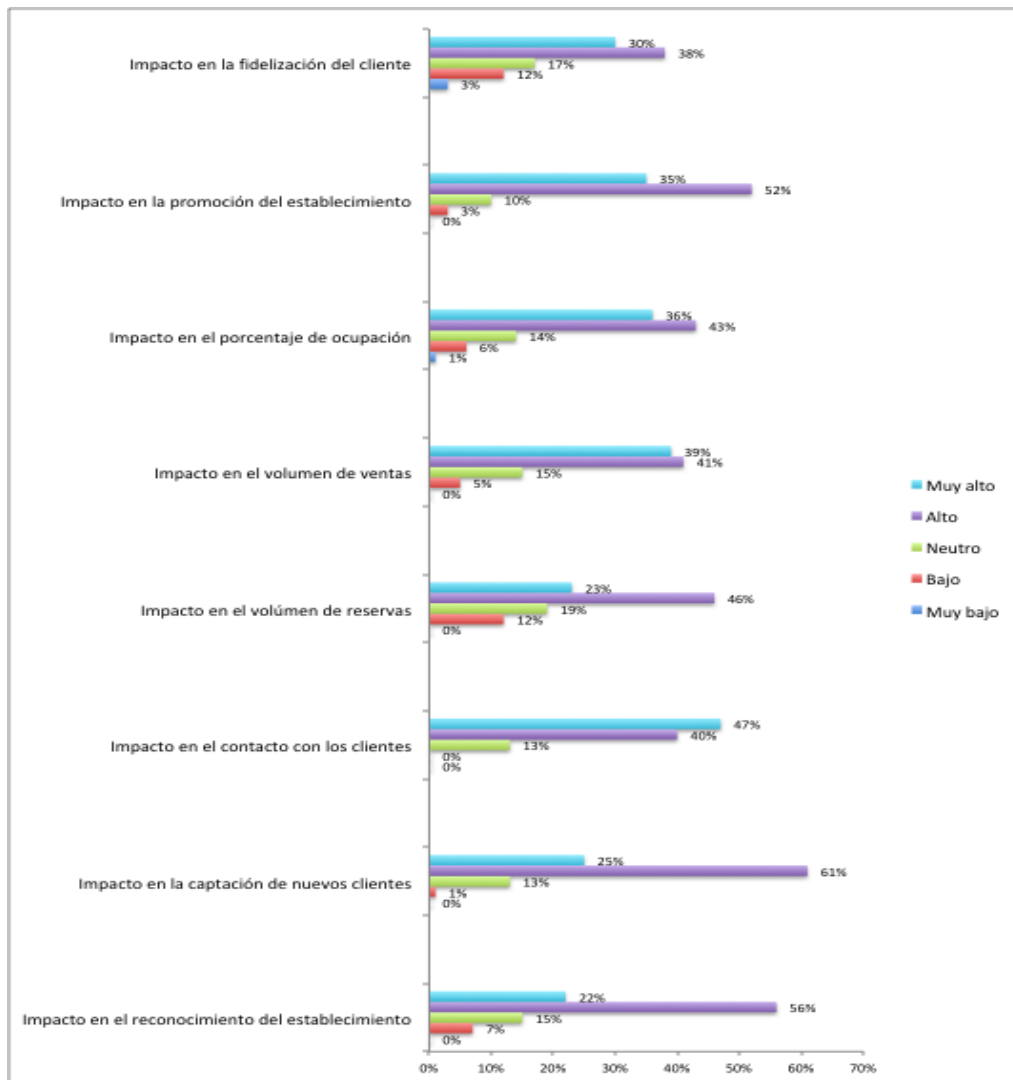
En cuando mercado se realizó una oferta potencial de servicios que tienen los establecimientos del sector, en términos de número de camas y número de habitaciones disponibles. Para el sector hotelero de la localidad de La Candelaria se tiene una oferta aproximada de 1.017 habitaciones y 1.871 camas.

En cuanto a la demanda se determinó en primer lugar como estaba compuesta esta en términos de turistas nacionales y extranjeros. Según los establecimientos encuestados se determinó que para el año 2017 el porcentaje de turistas extranjeros que se hospedaron en los establecimientos del sector es del 76,2% en promedio, lo que refleja un incremento con respecto a la cifra de 2016, la cual es del 70,14% (IDT,2016).

Para los establecimientos hoteleros de la localidad el impacto del uso de las TIC's tiene un mejoramiento en sus índices, encontrándose que para la realización de reservas el canal directo es usado por un 23,8% de los turistas que se hospedan en el sector, las OTA's son usadas por un 48,9% de los turistas, la página propia es utilizada por un 26,1% y el restante se encuentra asociado a otros medios. Esto evidencia claramente que el uso de las TIC's ha sido de vital importancia para la consolidación del sector hotelero en la localidad, el impacto que tiene para estas empresas la implementación de su página web y la mejora en comparación con los indicadores del año 2016.

Para concluir con el impacto en el mercado de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la localidad, se les preguntó a los administradores de estos sobre su percepción del impacto que han tenido las TIC's en cuanto a este factor. Los resultados se presentan en el gráfico 8 que se presenta a continuación.

**Gráfico 8. Impacto de las TIC's en el mercado de los establecimientos de la localidad**



**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede evidenciar en los resultados presentados, la percepción general en todos la mayoría de los aspectos considerados en el factor mercado presenta su mayor porcentaje en los ítems de impacto muy alto y alto. Fundamentalmente se explica por la concentración de turistas extranjeros, que obligan la utilización intensiva de TIC's para la gestión de su demanda y oferta. Cabe señalar que se considera que en la fidelización de los clientes las TIC's no tienen un alto impacto.

## **Operaciones**

En este apartado se midió el impacto que tiene el uso de TIC's en la gestión de las operaciones de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la localidad. Como se mencionó anteriormente, el 100% de los establecimientos cuenta con computador e internet dentro de su infraestructura. De ese 100%, un intervalo que está entre el 65% y 70% ha adquirido aplicaciones, alquilado aplicaciones o descargado aplicaciones gratuitas para que sean utilizadas en su operación.

Dentro de la utilización de las TIC's en la operación se encontró que estas empresas las utilizan en un 86% para la gestión de clientes, entendida esta operación como las actividades inherentes a los procesos de check-in y check-out, a las preferencias o características del servicio, al control de las actividades de limpieza y mantenimiento y control de las habitaciones, etc.

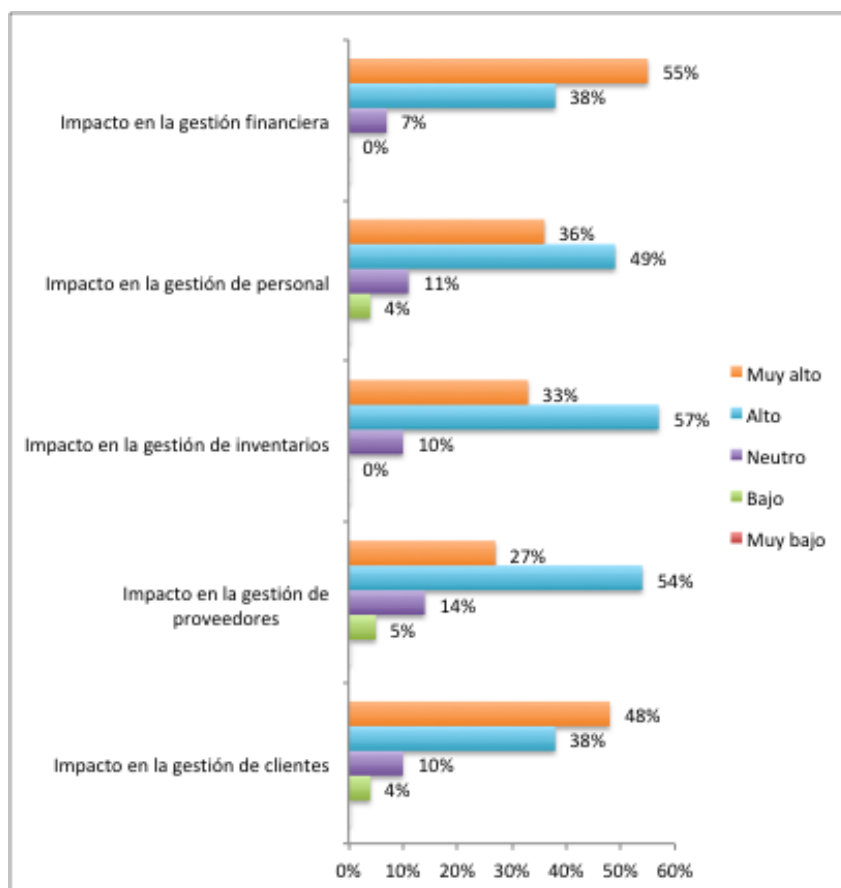
Un 65% de los establecimientos que poseen aplicaciones las utilizan para los procesos de gestión de proveedores, entendidos como las actividades inherentes a la selección de proveedores, colocación de pedidos y demás actividades. En cuanto a la gestión de inventarios, el 73% de los establecimientos utilizan las aplicaciones para el control de volúmenes de inventario, revisión de fechas de vencimiento, control de pérdidas y establecimiento de puntos de pedido.

Para la gestión de personal se encontró que el 74% de los establecimientos que poseen aplicaciones las utilizan para las actividades inherentes a control de las actividades realizadas, gestión de turnos de trabajo, calificación del desempeño, determinación de políticas de contratación y despido. Por último, se encontró que el 79% de los establecimientos realizaban actividades de gestión financiera como la facturación de clientes, control de nómina, control de pago a proveedores, etc., a través de sus aplicaciones.

Una vez identificadas las actividades realizadas en la gestión operativa de la empresa, se midió la percepción que tienen los establecimientos sobre el impacto de las TIC's en sus operaciones. En el gráfico se muestran los resultados obtenidos sobre el impacto de las TIC's en las operaciones de cada establecimiento.



**Gráfico 9. Impacto de las TIC's en las operaciones de los establecimientos de la localidad**



**Fuente: Elaboración propia**

Al igual que con el mercado, se evidencia que las TIC's tienen un alto impacto en la gestión de operaciones del sector. El impacto más representativo se encuentra en la gestión financiera, dada la complejidad y la relevancia de las actividades que se realizan en esta gestión.

### **Finanzas**

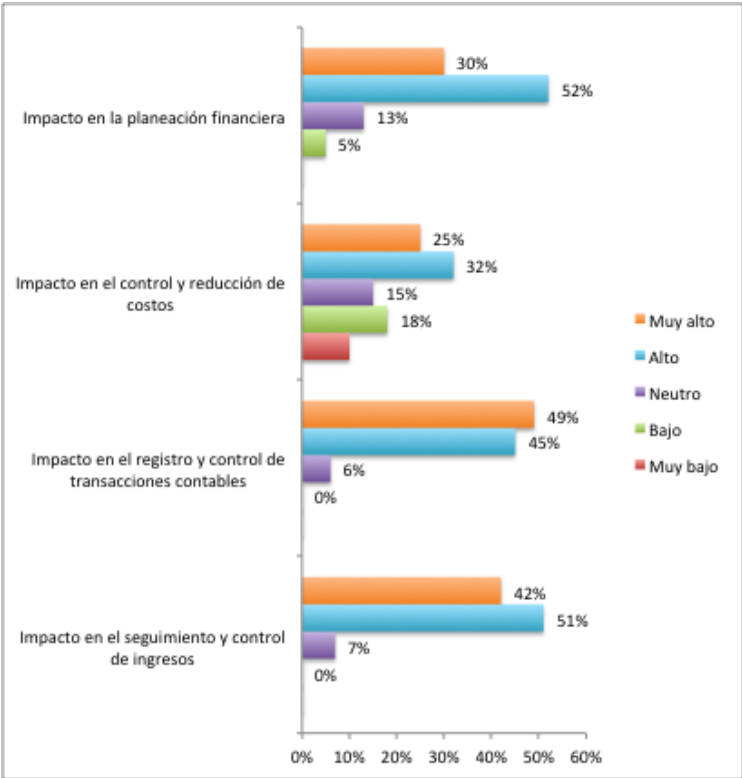
En este apartado se midió el impacto que tiene el uso de TIC's en la gestión financiera de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la localidad. Sabiendo que el 100% de los establecimientos cuenta con computador e internet dentro de su infraestructura. De ese 100% y que un intervalo que está entre el 65% y 70% cuenta con aplicaciones que le

permiten realizar esta gestión, se medirá primero la utilización de estas y luego el impacto de las mismas en la gestión.

Se encontró que el 100% de las empresas que cuentan con algún tipo de aplicación de carácter financiero realiza un seguimiento y control de los ingresos percibidos por el establecimiento durante un determinado periodo. Para el registro y control de las transacciones contables un 88% de los establecimientos de la localidad utilizan algún tipo de aplicación contable.

Para el control y reducción de costos el resultado no es el mismo, solo un 57% de los establecimientos usan sus aplicaciones con este fin. El porcentaje reducido puede obedecer al tipo de aplicación, ya que este tipo de actividades implican aplicaciones por lo general costosas. Para la planeación y presupuestación financiera el 90% de los establecimientos usan algún tipo de aplicación en esta actividad. En cuanto a la percepción del impacto, el gráfico 10 muestra la medición del impacto del uso de las TIC's en la gestión financiera

**Gráfico 10. Impacto de las TIC's en las finanzas de los establecimientos de la localidad**



**Fuente: Elaboración propia**

## **CONCLUSIONES**

El sector hotelero de la localidad de La Candelaria tiene características particulares que los convierten en único dentro de la ciudad. Estas características fundamentalmente radican en el tipo de establecimiento y la infraestructura física con la que cuentan al ser esta localidad patrimonio histórico y cultural de la humanidad. Otra característica fundamental que presenta es el alto porcentaje que representan los turistas extranjeros en relación con la totalidad de sus clientes, la cual difiere con las demás localidades que concentran establecimientos de este sector económico y adicionalmente, la distribución del tipo de establecimientos es única en la ciudad, dado que el mayor tipo de establecimientos encontrados pertenece al tipo hostel.

Como se evidencia en los resultados obtenidos, el impacto que han tenido las TIC's en la operación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje en la localidad de La Candelaria son evidentes, y en la totalidad de elementos evaluados el impacto percibido es alto, es decir, que estas nuevas tecnologías han mejorado en gran medida las características de las operaciones desarrolladas por estas empresas.

Es evidente que los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la localidad han entendido que las TIC's más que ser un lujo o inversión innecesaria se han convertido en un elemento en una herramienta para la mejora del servicio al cliente, aumento su visibilidad ante el mundo lo que es prioritario teniendo en cuenta el target de mercado que manejan e incremento de su competitividad, elementos claves para lograr su sostenibilidad en el tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alberca Oliver, M. P. y Parte Esteban, L. (2010). Nuevas tecnologías y productividad en las empresas hoteleras: evidencia empírica (2000-2005). *Turismo y Desarrollo Local*, 3(7).
- Bakos, J. Y. y Treacy, M. E. (1986). Information technology and corporate strategy: A research perspective. *MIS Quarterly*, 10(2), 107-119.
- Banco de España. (2010). Summary economic indicators: 1.5 Information And communication technology (ICT): Specific ICT indicators. Spain, EU, and United States. Recuperado de [http://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/si\\_1\\_5e.pdf](http://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/si_1_5e.pdf)
- Botello Peñaloza, H. A., Pedraza Avella, A. C. y Contreras Pacheco, O. E. (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 2(45), 3-15.
- Buhalis, D. y Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Caro Encalada, M. J. (2008). El uso de las tecnologías de la información y comunicación en el sector hotelero de la Península de Yucatán: hacia un modelo explicativo (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.
- Cipolla, F.; Nicol, E. y Cipolla-Ficarra, M. (2010). Usability, communicability and cultural tourism in interactive systems: trends, economic effects and social impact. En *International Workshop on Human-Computer Interaction, Tourism and Cultural Heritage* (pp. 100-114). Berlin, Heidelberg: Springer.

DANE (2017). Indicadores básicos de tecnologías de información y comunicación. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

DANE (2017). Indicadores básicos de tenencia y uso de las tecnologías de la información y comunicación en empresas. Recuperado de [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/prese\\_tic\\_empresas\\_2012def.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/prese_tic_empresas_2012def.pdf)

Goldhar, J. y Jelinek, M. (1985). Economías de la variedad basadas en la tecnología. Harvard Deusto Business Review.

González, S. M. y Gidumal, J. B. (2015). Segunda economía en el sector turístico: TIC y puestos de trabajo. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(5), 1265-1275.

Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A. y Cervantes Collado, K. E. (2016). El aprovechamiento de las TIC en empresas pequeñas y medianas de Baja California, México: el caso del sector manufacturero. Revista Internacional de Economía y Gestión de las Organizaciones, 3(1).

Instituto Distrital de Turismo (2016). Censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje Bogotá. Recuperado de: <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjx05PKnOPbAhWBxVvKHfRQBugQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sitbog.gov.co%2Fdownload%2F127520170210054310.pdf%3Fdir%3D%252F..%252Fweb%252Fuploads%252Fdocumento%252F&usg=AOvVaw1muHKETxCUa2SiU8tbwe7d>

Jang, S. y Chen, M. H. (2008). Financial portfolio approach to optimal tourist market mixes. Tourism Management, 29(4), 761-770. doi: 10.1016/j.tourman.2007.09.003

Jo Bitner, M. (2001). Service and technology: Opportunities and paradoxes. Managing Service Quality: An International Journal, 11(6), 375-379.

- Kaushik, P.D. y Singh N. (2003). Information Technology and Broad-Based Development: Preliminary Lessons from North India. *World Development*, 32(4), 591-607. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2003.11.002>
- Law, R., Leung, D. y Au, N. (2013). Progress and development of information technology in the hospitality industry evidence from Cornell Hospitality Quarterly. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1), 10-24.
- Leyva, B.; Morales, M. y Heredia, J. (2015). Las redes sociales como una alternativa para mejorar la productividad y competitividad de la empresa. *Invurnus*, 10(1), 3-11.
- MacFarlan, F. W. (1985). La tecnología de la información cambia el modo de competir. *Harvard Deusto Business Review*, 22, 43-50.
- Martínez, J., Majó, J. y Casadesús, M. (2006). El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero. En *Proceedings of the VI Congress TURITEC: Turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Millar, V. y Porter, M. (1986). Cómo obtener ventajas competitivas, por medio de la información. *Harvard Deusto Business Review*, 25, 3-20.
- Mithas, S., Tafti, A. R., Bardhan, I. y Goh, J. M. (2012). Information technology and firm profitability: Mechanisms and empirical evidence. *MIS Quarterly*, 36(1), 205-224.
- Moliner Velázquez, B., Fuentes Blasco, M. y Gil Saura, I. (2015). Las TIC como base de segmentación en el contexto b2b turístico: estudio aplicado en hoteles españoles. *Revista de Análisis Turístico*, 18, 19-31.
- Monroy, C. R. y Ramos, S. R. (2016). Utilización de las TIC y valoración de la competitividad de las empresas turísticas en Guatemala. *Transitare*, 2(1).

- Morcillo Ortega, P. y Bueno Campos, E. (1993). Aspectos estratégicos de la competitividad empresarial. Un modelo de análisis. En *Innovación y competitividad un reto para la empresa de 1993* (vol. 1, pp. 823-848). Vitoria- Gasteiz: Comunicaciones: VII Congreso AECA.
- Rodríguez, J. M., Alonso, M. M., Rubio, L. y Esteban, C. (2008). Conocimiento y aprendizaje en las grandes cadenas hoteleras españolas en Iberoamérica: internet como herramienta de aprendizaje organizativo. *Cuadernos de Turismo*, 21, 135-157.
- Ruiz Molina, M. E., Gil Saura, I. y Moliner Velázquez, B. (2013). Las tecnologías que implantan los hoteles y las tecnologías que gustan a los huéspedes. *Revista de Análisis Turístico*, 15, 61-70.
- Sánchez, C. P., Llano Monelos, P. de y López, M. R. (2016). Las TIC como inductores de competitividad y facilitadores del éxito empresarial. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 3(1), 8-26.
- Stamboulis, Y. y Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35-43.
- UNWTO (World Tourism Organization) (2014). *Tourism Highlights*, 2014 edition. UNWTO.