



El tratamiento de las TICs en hoteles tres y cuatro estrellas de Cuba y Ecuador The treatment of ICTs in three and four star hotels in Cuba and Ecuador

Autores

Rodney Alfonso Alfonso. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. Calceta. Manabí. Ecuador.

E-mail: ralfonso@espam.edu.ec <http://orcid.org/0000-0002-4260-8992>

Zoila de las Mercedes Ulacia Oviedo. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. Calceta. Manabí. Ecuador.

E-mail: zoilaulacia1058@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-8818-083X>

Rogelio Pedro Suárez Mella. Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo. Manabí. Ecuador.

E-mail: rpsmella@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-5492-9339>

Fecha de recibido: 2019-02-04

Fecha de aceptado para publicación: 2019-11-08

Fecha de publicación: 2019-12-30

Resumen.

El trabajo presenta una propuesta de ejes estratégicos para el uso y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs), en hoteles de categoría tres y cuatro estrellas, como componente asociado a la innovación tecnológica. Se tomó una muestra de 16 hoteles con destinos en ciudades de Cuba y Ecuador. La investigación se inició con una etapa de consulta documental y bibliográfica acerca de la aplicación de las TICs, en el contexto hotelero internacional y las normas de alojamiento de ambos países. Seguido, se determinó la brecha existente entre la muestra de estudio y la práctica hotelera internacional, la cual no es significativa, debido al uso en gran parte de las aplicaciones. En la segunda etapa se estudiaron las potencialidades de las TICs relacionadas con: la atención, aprovechamiento e importancia para los clientes. Se constató que las redes sociales, páginas web y redes inalámbricas son las que más deben aprovecharse. Finalmente, se propone la utilización de tres ejes, junto a programas asociados y relacionados con la incorporación de herramientas y aplicaciones tecnológicas de gestión hotelera, inversión en infraestructura de este tipo y la profundización en conocimientos asociados a las TICs para la atención a clientes.

Palabras Clave: Tecnologías de información y comunicaciones; aplicaciones TICs; ejes estratégicos; innovación tecnológica; hoteles.

Abstract.

This paper presents a proposal of strategic axes for the use of Information and Communications Technologies (ICTs) in three and four star hotels category, as a component associated with technological innovation. The study took into account a sample of 16 hotels located in tourism destinations of Cuba and Ecuador cities. First, the study began with a documentary and bibliography research in hotels from the perspective of ICTs in the international context and the standard hotel of both countries. Following this, the determination of the gap between the current states and international hotel practice was identified, which is not significant, due to the coincidence of use in some apps. The second stage studied the potential of TICs related to customer service, where the social networks, websites and wireless networks are the most underleveraging. At last, the proposal of three axes and programs regarding the development of technological applications in hotel management targeting growth in the ICT infrastructure and new knowledge in ICTs apps to improve the customer service.

Keywords: Information and Communications Technologies, ICT Apps; Strategic Axes; Technological Innovation; Hospitality.



Introducción.

La innovación tecnológica se concibe en la actualidad, como uno de los componentes de mayor relevancia dentro de la actividad turística, debido a que permite incorporar el resultado de las investigaciones aplicadas, junto al uso y aplicación de nuevas tecnologías (Gault, 2018; Vera, Alfonso & Reinoso, 2019). Por tanto, el desarrollo de la innovación tecnológica constituye un instrumento viable de crecimiento sostenible en empresas y destinos turísticos.

Una de las maneras existentes para la mejora de la gestión hotelera a través de la innovación tecnológica lo constituye el uso óptimo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), que aportan un valor indispensable para los clientes, siendo una de las principales herramientas para satisfacer los actuales requerimientos del mercado, como la mejora de las relaciones con los clientes y ofrecerles productos de calidad (Ochoa, Valdés & Quevedo, 2007; Bilgihan & Nejad, 2015 y Ulacia, González & Reyes, 2016). Se ha tomado en consideración lo planteado por Gyorgy (2015); Grande, Cañón & Cantón (2016); Oliveros & Martínez (2017) que las TICs constituyen una innovación tecnológica básica para gestionar empresas, sean turísticas o no, las que cuentan con la facilidad de establecer una mejor comunicación entre personas, empresas e instituciones, que ofrecen las vías para acceder a nuevos productos y servicios. Además, proporcionan mejoras notables en el rendimiento organizativo del hotel en cuanto a: productividad de los recursos humanos, mejora de servicios prestados, potenciación de actividades de marketing, comercialización y generación de ingresos económicos; aspectos señalados por: Alonso, Lanuza & Golovina (2016); Ruíz & Hernández (2017).

En la praxis de la gestión hotelera en muchos destinos turísticos, se observan limitadas iniciativas que asocian este aspecto a los servicios directos al cliente, principalmente en el contexto de países que inician o están en pleno desarrollo de la actividad turística (Alfonso, Blanco, Cedeño & Suárez, 2019).



En la actualidad, el universo de personas que se desplazan hacia los hoteles, utilizan las multi-plataformas web en programas o aplicaciones móviles (Apps), tales como: Tripadvisor, Booking.com, Hotels.com, Airbnb, Trivago, Marriot International, principalmente¹.

Entre las principales tendencias tecnológicas asociadas a la actividad hotelera se encuentran los dispositivos móviles con el reinado de los teléfonos inteligentes (smartphones), transformación digital, internet de las cosas, uso de big data, asistentes virtuales, robotización, inteligencia artificial, realidad virtual y aumentada, gestión digital integral y redes sociales. En la especialidad de hotelería, las tendencias tecnológicas apuntan fundamentalmente a la planificación de viajes, selección de ofertas, mejora de productos-servicios y la personalización de facilidades, aspectos que también destacan Iplik, Tosakal. & Dogan (2014) y Suárez (2018).

Sin embargo, esta realidad está presente en hoteles de destinos de Latinoamérica y el Caribe, que salvo casos donde estos son administrados por grupos hoteleros internacionales, su gestión no cuenta con un uso preponderante de las TICs. Tomando en consideración lo anteriormente expuesto, este trabajo tiene como objetivo: presentar una propuesta de ejes estratégicos para uso y aprovechamiento de las TICs en hoteles de categoría tres y cuatro estrellas en el contexto de Cuba y Ecuador, en correspondencia con las preferencias tecnológicas de los clientes.

Metodología.

Las limitaciones existentes en la praxis de Cuba y Ecuador sobre el tratamiento de las TICs en los servicios hoteleros, condicionan el carácter exploratorio y descriptivo de la presente investigación que se sustenta en una trayectoria metodológica conformada por tres etapas: (1) Identificación de las brechas respecto a las TICs; (2) Potencialidades para el aprovechamiento de aplicaciones TICs en hoteles y (3) Diseño de programas para el tratamiento de las TICs en la actividad hotelera.

El desarrollo de la metodología fue precedido por la selección de los hoteles objeto de estudio (16), basado en tres criterios: la categoría de los mismos, la modalidad hotelera y la representación por compañías hoteleras reconocidas. En este sentido, se decidió trabajar, en

¹ Top 10 Multi-Platform Travel Destination and Accommodation Websites by US Market Share of visits (percentage) browser-based visits across PC and mobile combined. Disponible en: <https://www.travelopenapps.org/top-10-de-plataformas-online-de-destinos-turisticos-y-reservas-de-alojamiento/>.



primer lugar, con hoteles de categoría tres y cuatro estrellas, atendiendo a que son estos los de mayor frecuencia de compra en el mercado y en particular los hoteles de ciudad. En segundo lugar, la elección responde a compañías que, dentro del contexto elegido de Cuba y Ecuador, sus destinos turísticos son representativos en las regiones del Caribe y Sudamérica y que sus datos son asequibles para la investigación, tanto de naturaleza nacional o internacional. En resumen, se trabajó con siete hoteles de categoría tres estrellas y con nueve hoteles cuatro estrellas. La totalidad de las instalaciones categorizadas con tres estrellas son nacionales, administrados por personal de cada país estudiado. En el caso particular de las instalaciones cuatro estrellas, siete operan con empresas mixtas y/o en contrato de administración y tres son propiedad nacional. Por razones éticas y respeto, no se mencionan específicamente sus nombres, ni las compañías objeto del estudio.

En la primera etapa, se parte de una revisión documental sistemática orientada a identificar las principales aplicaciones hoteleras en el orden de las TICs. En este sentido, se consultaron documentos de trabajo (manuales de procedimientos) de hoteles objeto de estudio y los componentes tecnológicos específicos que las normas de clasificación hotelera de los países en estudio han incorporado.

En un segundo momento de esta etapa inicial se busca identificar el nivel de conocimiento y aplicación de las TICs con el diseño de un cuestionario basado en los componentes tecnológicos y de información hotelera, dirigido a 22 directivos (analizan los posibles cambio o no para el mejoramiento de la rentabilidad en la empresa) y 39 especialistas de las áreas operativas (determinan el desempeño del hotel) de los departamentos de calidad (área encargada de determinar el cumplimiento de las expectativas de los clientes) y comercial o atención al cliente (encargada de vender y promocionar el hotel y promueven el uso de las TICs). La encuesta aplicada se diseñó con preguntas de opciones múltiples, no excluyentes lo que significa que los encuestados podían seleccionar varias opciones. Una vez aplicada la encuesta se realizó un análisis descriptivo y comparativo de frecuencias, a los efectos de obtener similitudes y diferencias y, en consecuencia, identificar las brechas existentes.

La segunda etapa, se orientó a determinar las potencialidades de los hoteles en estudio para un mejor aprovechamiento de las facilidades de las TICs, a partir de las brechas identificadas, las condiciones que presentan los mismos y las exigencias asociadas a su categoría. Esta etapa



también tuvo dos momentos de desarrollo. Primeramente, se buscó definir el nivel de aprovechamiento de sus tecnologías en función de sus condiciones. Para ello se entrevistaron a los 16 directores generales o encargados de los hoteles en estudio, lo que permitió orientar la propuesta del tratamiento de las TICs. El segundo momento se orientó a determinar las necesidades básicas que, en este orden, presentaban los clientes de estos establecimientos, con el fin de hacer corresponder las prioridades en la aplicación de tecnologías con las tendencias, necesidades y preferencias de los clientes al respecto. Para esto se utilizó un segundo cuestionario dirigido a clientes, con iguales características en diseño que el anterior. Los ítems se definieron a partir de dimensiones consultadas a los propios directivos y de acuerdo a las condiciones actuales de los hoteles. Previo a la aplicación del cuestionario se aplicó la prueba estadística Alpha de Crombach atendiendo al procedimiento establecido para su cálculo, a fin de comprobar la consistencia del instrumento, obteniéndose un valor igual a 0,941, lo que expresa que el instrumento es fiable.

El procedimiento para determinar la muestra siguió los pasos siguientes:

- Determinación de la población: sumatoria de los turistas físicos entre 12 y 60 años de edad, proyectada en cada hotel para el período de aplicación (1 mes) de 6826.
- Determinación de la muestra: Se aplicó el cálculo para población finita con un nivel de confianza de 95%, un error muestral del 4%, siendo $p=q=0,5$, por lo que se deben encuestar 552 clientes.
- Estratificación de la muestra: Para hoteles tres estrellas 247 clientes y cuatro estrellas 305 clientes (Proporcional).

La tercera etapa representó un análisis de la información recolectada en las dos etapas anteriores para el tratamiento de las TICs en los hoteles estudiados. Se realizó una propuesta de ejes estratégicos y programas vinculados, los que deben estar en correspondencia con las particularidades, contexto y demandas específicas del hotel en cuestión. La misma fue validada aplicando la técnica de Criterio de Expertos, según Cruz & Martínez (2012).



Resultados y discusión.

Etapa 1. Identificación de las brechas respecto a las TICs

La revisión bibliográfica realizada destacó que un elemento de diferenciación dentro de las empresas hoteleras, lo constituye la innovación tecnológica. Esto se justifica en que las necesidades, hábitos y expectativas del mercado actual están en constante cambio, con una marcada influencia de las tecnologías y sus aplicaciones. Específicamente, en la consulta documental realizada de las compañías hoteleras estudiadas, las TICs de uso frecuente son:

- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)
- Páginas web.
- Conexiones de redes (Wifi, Internet)
- Campañas de marketing vía online.
- Automatización del check-in/check-out.
- Big data.
- Biometría dactilar.
- Soluciones máquina a máquina.
- Televisión inteligente (Smart TV).
- Gestión electrónica de las relaciones con clientes (e-CRM)
- Sistemas computarizados de reservas (CRS)
- Sistemas de gestión del establecimiento hotelero (PMS).

Los resultados del estudio de los componentes tecnológicos incorporados en las normas de clasificación hotelera de los países contemplados junto a una referencia de consulta se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Elementos tecnológicos en las normas de clasificación hoteleras de estudio

Norma/País	Elementos asociados a TICs	Categoría (estrellas)	
		3	4
NC 127 (2014) Cuba	Televisor color (canales nacionales-extranjeros)	X	X
	Canal interno de televisión para servicio al cliente	-	-
	Radio (integrado o no) o ambiente musical	X	X
	Fax y correo electrónico(nacional-internacional)	X	X
	Internet en todas las habitaciones	-	-



		Cabina	Cabina Insonorizada
	Teléfonos públicos		
	Teléfonos en habitaciones. Llamadas Internacionales-nacionales 24 horas.	X	X
Registro Oficial 465 (2015) MINTUR Ecuador	Centro de negocios con servicio de internet.	-	X
	Internet en todas las habitaciones	-	X
	Televisión ubicada en mueble o soporte con canales nacionales o internacionales, por cable o satelital.	X Nacionales	X
	Servicio telefónico discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación 24 horas	-	X
	Formas de pago (tarjeta de crédito, débito, voucher).	X	X
UNE 182001 (2008) España	Páginas webs y folletos promocionales y comerciales.	-	-
	Informática, tema de capacitación a trabajadores	-	-
	Contar con procesos y actividades preferentemente informatizadas	X	X
	Televisor color con mando a distancia.	X	X
	Canales musicales en tv, hilo musical o similar.	X	X
	Disponibilidad de canales vía satélite.	X	X
	Posibilidad de conexión a internet.	X	X
	Teléfono con línea interior y exterior.	X	X

El análisis de las normas de clasificación pone de manifiesto por un lado el empleo de tecnologías básicas u obsoletas (televisión, teléfono y fax). No se incluyen elementos tecnológicos de más actualidad (aplicaciones de mensajería instantánea y automatización) como la interconexión inteligente de dispositivos digitales e internet. En el caso de internet no se norma para ambas categorías hoteleras, sus características y aplicaciones en los establecimientos. Llama la atención que existen aplicaciones tecnológicas mencionadas que no son exigidas con un



carácter obligatorio para los hoteles de categoría tres estrellas (internet en todas las habitaciones, canal interno) y, otras están normadas en ambas categorías. Lo descrito previamente respecto a UNE 182001 (2008) establece obligatoriedad en ambas categorías de los elementos tecnológicos asociados a las TICs, que aparecen en la tabla 1, lo que refleja una distancia considerable en este sentido.

Respecto a la encuesta de directivos y especialistas en cuanto a conocimiento y uso de las TICs con los servicios al cliente, operaciones y gestión del hotel, los resultados y frecuencias se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Aplicaciones de las TICs en los hoteles de estudio.

Categorías	Aplicaciones / Categoría hotelera	
	Tres estrellas	Cuatro estrellas
Uso de teléfonos móviles	79%	91%
Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)	93%	100%
Páginas Web.	64%	92%
Web de intermediación	55%	71%
Big Data	45%	50%
Pagos por vía móvil.	78%	82%
Redes inalámbricas (Wifi, Internet)	91%	93%
Videos on demand	65%	91%
Televisión inteligente (Smart TV).	72%	91%
Campañas de marketing vía online.	85%	86%
Biometría dactilar.	64%	65%
Soluciones máquina a máquina.	71%	72%
Automatización de servicios.	85%	86%



En cuanto a la aplicación de TICs no existe una brecha significativa en la muestra de estudio y la práctica hotelera internacional, debido a que se utilizan gran parte de las aplicaciones, a excepción de los sistemas computarizados de reservas, los sistemas integrales de gestión hotelera y las relaciones electrónicas con clientes. En cuanto a las normas de clasificación hotelera estudiadas, no toman en consideración aplicaciones que actualmente se están desarrollando en los hoteles. Ello evidencia una debilidad en la clasificación hotelera actual de Cuba y Ecuador, para igualarse a la referencia de la Unión Europea (UNE 182001, 2008) estudiada. En cuanto al nivel de conocimientos de TICs, los encuestados manifestaron la necesidad de prepararse más en todas las aplicaciones actuales, priorizando las páginas web (14%), redes sociales junto a aplicaciones en redes inalámbricas (13%), big data (13%) y automatización de los servicios (10%).

Etapa 2. Potencialidades para aprovechamiento de aplicaciones TICs en los hoteles

El estudio de las potencialidades se inició consultando el nivel de aprovechamiento de las tecnologías con la aplicación de una entrevista a los directores generales de cada entidad y en la tabla 3 se resumen los resultados obtenidos.

Tabla 3. Aprovechamiento de las TICs en los hoteles de estudio.

Principales categorías	Nivel de aprovechamiento / categoría hotelera	
	Tres estrellas	Cuatro estrellas
Redes sociales	30,5%	35,7%
Páginas web	31,4%	50%
Webs de intermediación (P2P)	18%	21,4%
Big data	18%	19,1%
Pagos móviles	7,1%	9%
Redes inalámbricas (Wifi)	42,8%	50%
Videos on demand	15%	19%



Campañas de marketing on line	92,8%	100%
Automatización de servicios	35,7%	45%

En cuanto al aprovechamiento de las TICs que emplean, solamente es relevante la utilización de las campañas de marketing online para los hoteles de tres y cuatro estrellas.

De la propia consulta a los directivos anteriormente mencionados, se definieron tres dimensiones a tomarse en cuenta en los hoteles respecto a los clientes, que son:

1. Reservas y relaciones.
2. Aprovechamiento de las tecnologías para la atención.
3. Nivel de importancia de las tecnologías.

La encuesta a clientes puso de manifiesto sobre la primera dimensión mencionada, que en referencia a las reservas el 91,9% expresó que lo realizan a través de agencias de viajes, turoperadores, vía online y luego se comunican con el hotel para confirmar o no la reserva. El porcentaje restante afirmó que utilizan vías no online, como el correo electrónico y teléfono. Esto indica que las preferencias de reserva se enmarcan en un elevado Page Rank (consultas o visitas a páginas web).

Dentro de las técnicas de preferencia en el uso de los clientes, predomina en ambas categorías, el empleo de las redes sociales para la interacción, con un 100% de respuestas, seguido de la presencia de redes inalámbricas (97%) y las páginas web (91%). La mirada a estos resultados permite concluir que las dos categorías están en correspondencia con las necesidades de los clientes en cuanto a su aprovechamiento en las redes inalámbricas. No obstante, en el caso de los hoteles tres estrellas deben buscar un mejor aprovechamiento en las páginas web, para una mayor correspondencia de las necesidades y el aprovechamiento. El mismo análisis vale para los hoteles cuatro estrellas para el caso de las redes sociales. En tanto una u otra no aparecen entre las tecnologías mejor aprovechadas.

Asociado a la dimensión del Nivel de importancia de las tecnologías, teniendo en cuenta las posibilidades de respuesta de un mismo cliente encuestado, el 97,1% de la muestra expresó tener un mayor interés en las páginas web (móvil), seguido del uso de conexiones inalámbricas (90,5%) y las redes sociales (85%).



Los resultados del análisis de cada una de estas dimensiones en comparación con las preferencias de los clientes evidencian que en el caso de los hoteles tres estrellas solo dan respuesta satisfactoria en las redes inalámbricas, en tanto esta se encuentra dentro de las tecnologías que más aprovechan estos hoteles. Ello implica que se deben enfocar los esfuerzos al mayor aprovechamiento a las redes sociales y las páginas web, siendo estas las potencialidades en las que más debe centrarse los esfuerzos.

Una situación más favorable la tienen los hoteles cuatro estrellas, por cuanto dan respuesta satisfactoria al aprovechamiento en dos de las tecnologías preferidas por los clientes (redes inalámbricas y páginas web). Ello sugiere que las redes sociales se convierten en una potencialidad para estos hoteles para dar respuesta a las necesidades en este sentido.

En resumen, constituyen potencialidades en el uso y aprovechamiento de las TICs de cara al cliente las páginas web y las redes sociales (principalmente Facebook e Instagram).

Etapas 3. Programas para el tratamiento de las TICs en la actividad hotelera

Derivado de los análisis anteriores, se elaboró una propuesta que se construyó sobre tres ejes principales asociados a las TICs en los hoteles de estudio. Cada eje de desarrollo, persigue un objetivo y a su vez se descompone en programas, con las líneas guías a seguir, los cuales se detallan en la tabla 4.

Tabla 4. Ejes y programas propuestos para el tratamiento de las TICs en los hoteles

Eje 1. Incorporación de herramientas y apps tecnológicas de gestión hotelera	
Objetivo: Sustentar la prestación de los servicios y la gestión de las actividades del hotel a partir del uso óptimo de las TICs.	
Programas vinculados	Contenidos
Utilización inteligente de las redes sociales	Fortalecer la relación cliente-empresa a partir del incremento del uso coherente de las redes sociales. La principal orientación es conocer los gustos y necesidades de los clientes y al mismo tiempo, reforzar la presencia del hotel en la red.
Conexiones	Establecer políticas encaminadas a elevar la velocidad de conexión y al mismo tiempo diseñar webs móviles en sus diferentes variantes.
Nuevas TICs	Identificar oportunidades para la incorporación de TICs asociadas a la gestión integral



	de los hoteles (e-administración), donde toman vital importancia los e-CRM y PMS.
Eje 2. Infraestructura tecnológica	
Objetivo: Optimizar la infraestructura tecnológica (base material) en función de los requerimientos de los segmentos de demanda y las necesidades del establecimiento.	
Equipamiento	Renovación, reforma y/o rehabilitación del equipamiento para su adaptación a los requerimientos crecientes y cambiantes de la demanda y del propio establecimiento, enfatizando los soportes para el trabajo con redes sociales y páginas web.
Seguridad	Establecer el cuerpo de regulaciones sobre la seguridad informática para garantizar el bienestar de los clientes.
Eje 3. Conocimiento.	
Objetivo: Propiciar condiciones y medios para el manejo óptimo de las TICs del talento humano en los establecimientos hoteleros.	
Formación y capacitación	Desarrollar las estrategias de formación y capacitación dirigidas, a la consolidación de conocimientos y habilidades para el aprovechamiento de las aplicaciones de innovación tecnológica para mejorar las relaciones con los clientes y lograr una mejor gestión y operación de las empresas, priorizando las potencialidades de desarrollo en ambas categorías.
Colaboración	Establecer un sistema de colaboración entre universidades, centros de investigación y escuelas de turismo, para el impulso de buenas prácticas de hotelería internacional.

Un aspecto que debe considerarse a los fines de garantizar la aplicación de la propuesta, lo constituye el financiamiento. Este debe abordarse desde dos perspectivas: el establecimiento de prioridades y las alianzas estratégicas. En el primer caso, resulta importante establecer las prioridades económicas y de desarrollo en el empleo de las TICs, atendiendo a los requerimientos de los segmentos de mercados con que opera cada hotel. En el segundo caso, se deben potenciar las alianzas estratégicas con empresas nacionales y/o extranjeras y organizaciones financieras u organismos y/o instituciones que faciliten el manejo de tecnologías para la mejora en las operaciones hoteleras.

En definitiva, las propuestas son válidas para hoteles con las características del estudio, la diferencia radica en la profundidad y amplitud, que según la categoría de cada hotel se pueda



aplicar, por lo que es necesario tomar en cuenta las prioridades individuales, características de cada instalación de alojamiento en el horizonte temporal de la aplicación y el compromiso organizacional que se asuma en cada uno de ellos.

Conclusiones.

El estudio de la práctica hotelera internacional, el comportamiento de la muestra de hoteles y las preferencias de los clientes respecto al uso y tratamiento de las TICs derivó en el diseño de una propuesta compuesta por los ejes estratégicos de: Incorporación de herramientas y aplicaciones tecnológicas de gestión hotelera; Infraestructura tecnológica y Conocimiento, en correspondencia con la demanda actual.

El comportamiento en el uso de las aplicaciones tecnológicas asociadas a las TICs en los hoteles estudiados puso en evidencia que no existe una brecha significativa respecto práctica hotelera internacional en este sentido. Sin embargo, existen potencialidades respecto a las normas de clasificación hotelera en los países de estudio, lo que garantizaría una reducción en la brecha existente.

Se aprovechan con limitaciones la mayoría de las aplicaciones tecnológicas en ambas categorías hoteleras, a excepción de las campañas de marketing online. Aún las TICs consideradas de mejor aprovechamiento por los resultados obtenidos muestran potencialidades de mejoras en este sentido.

Los ejes estratégicos propuestos y sus programas asociados guardan una correspondencia directa con las potencialidades identificadas, lo que hace más factible el desarrollo de los mismos.

Referencias bibliográficas.

Alfonso, R. A., González, G. B., Valencia, J. M. C., & Mella, R. P. S. (2019). Modelo de gestión para hoteles de categorías superiores en el destino Manta, Ecuador/Management model for senior hotels in Manta tourism destination, Ecuador. *Retos Turísticos*, 18 (1).

Alonso Valenzuela, S., Lanuza, F., & Golovina, N. (2016). Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) como estrategias de marketing y su contribución a la competitividad del sector turístico hotelero de la Ciudad de Estelí, Nicaragua, en el I



- semestre del 2016. *Revista Científica De FAREM-Esteli*, (19), 79-96. Recuperado a partir de <https://rcientificaesteli.unan.edu.ni/index.php/RCientifica/article/view/699>
- Asociación Española de Normalización y Certificación (UNE 182001) (2008). *Hoteles y apartamentos turísticos. Requisitos para la prestación del servicio*. Recuperado de: <https://www.aenor.com/normas-y-libros/buscador-de-normas/une?c=N0041220>
- Bilgihan, A. & Nejad, M. (2015). Innovation in hospitality and tourism industries. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6 (3), <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2015-0033>.
- Cruz, M. y Martínez, M. (2012). Perfeccionamiento de un instrumento para la selección de expertos en las investigaciones educativas. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 14 (2), 146-158.
- Gault, F. (2018). Defining and measuring innovation in all sectors of the economy. *Research Policy Journal*. 47 (3), 617-622, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.007>.
- Grande, M.; Cañón, R. y Cantón, I. (2016). Tecnologías de la información y la comunicación: evolución del concepto y características. *International Journal of Educational Research and Innovation*. (6), 218-230.
- Gyorgy, R. (2015). *Introducción y difusión de las nuevas tecnologías de la información en el sector hotelero*. (Tesis de grado). Universitat di Jaume. Recuperado de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/129928/TFG_2014_GyorgyR.pdf?sequence=1.
- Iplik, F. N., Tosakal, Y. & Dogan, O. (2014). Strategic Innovation: An Empirical Study on Hotel Firms Operating in the Antalya Region. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2 (1), 16–29.
- NC 127 (2014). *Requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos turísticos*. En cubana, N. (ed.) 127. Industria turística. Requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos de alojamiento turístico. Recuperado de: <http://www.nconline.cubaindustria.cu:81/>.



- Ochoa, M. B.; Valdés, M. y Quevedo Y., (2007). Innovación, tecnología y gestión tecnológica. *ACIMED*. 16(4), 1-12. Recuperado de:http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_4_07/aci081007.html.
- Oliveros, D. y Martínez, G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga Santander, Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (83), 15-30, <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1827>
- Registro 465 (2015). Órgano Oficial del Gobierno del Ecuador. *Reglamento de alojamiento turístico*. Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>[content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf)
- Ruíz, S. y Hernández, Y. (2017). Impacto de las TIC en el sector turístico y su importancia. *Revista Universidad & Ciencia*. 6 (3), 66-76.
- Suárez, R. P. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, (24), 120-131.
- Ulacia, Z., González, Y. y Reyes, G. (2016). Diseño de un sistema de gestión de la calidad basado en el enfoque de la gerencia del servicio. *Revista de la Escuela Jacobea de Posgrado*. (11), 63-81.
- Vera, R., Alfonso, R. & Reinoso N. (2019). Design of an indicators system for the evaluation of Technological Innovation in the tourism destination of Puerto Lopez, Ecuador. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 25(2), 623–637. <https://doi.org/10.30892/gtg.25227-385>.