

**Adopción de tecnologías digitales en las mipymes del sector hotelero del sector centro de la
ciudad de Pereira en 2023**

Edwin Oliver Velásquez Cuervo

Diego Ojeda

Laura Alejandra Morales

Asesora

Eimmy Lara-Díaz

Docente de planta Programa de Administración de Empresas

Fundación Universitaria el Área Andina, Facultad de ciencias económicas y administrativas,
Programa de administración de Empresas

Pereira

2024

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
Introducción	1
Capítulo I: Definición del problema	3
Planteamiento del problema	3
Contexto del sector hotelero: Regional y local	4
Risaralda	4
Pereira	5
Cifras del sector hotelero	7
Formulación del problema	13
Preguntas Especificas	13
Objetivos	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos	14
Justificación	15
Hipótesis	17
Capítulo II: Marco de Referencia	18
Marco de antecedentes	18
Nuevas tendencias tecnológicas en el sector hotelero	19

	3
Importancia de la digitalización para la competitividad y crecimiento	23
La digitalización y el capital humano en el sector hotelero	28
Marco teórico – conceptual	32
Teoría de la Difusión de Innovaciones (Rogers, 2003):	32
Teoría de la Elección Tecnológica por Tornatzky y Fleischer en 1990:	33
Teoría de la Institucionalización (DiMaggio y Powell, 1983):	34
Teoría del Aprendizaje Organizacional (Argyris y Schön, 1978):	34
Teoría de la Contingencia por Woodward en 1965:	35
Marco legal	36
Decreto 1263 de 2022 - Definir los lineamientos y estándares aplicables a la transformación digital pública	36
Ley 1581 de 2012 - Protección de Datos Personales	36
Ley 1341 de 2009 - se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC	37
Ley 1266 de 2008 - Disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales.	37
Capítulo III Aspectos Metodológicos	38
Diseño y tipo de investigación	38
Determinación de la población tipo de muestreo y la muestra	38
Método	38
Recopilación de la información	39
Capítulo IV: Resultados y análisis	40

	4
Caracterización de los hoteles del centro de Pereira	40
Conclusiones sobre la caracterización	53
Factores determinantes de la adopción tecnológica	55
Conclusiones de los factores determinantes	61
Oportunidades y desafíos	62
Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades)	63
Estrategias DA (Debilidades-Amenazas)	64
Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades)	64
Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas)	65
Conclusiones sobre las oportunidades y desafíos	65
Conclusiones	67
Recomendaciones	70
Referencias	71
Anexos	81
Anexo 1. Encuesta adopción de tecnologías digitales en hoteles del centro de Pereira	81

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1.	8
Figura 2.	9
Figura 3.	10
Figura 4.	40
Figura 5.	41
Figura 6.	42
Figura 7.	43
Figura 8.	44
Figura 9.	45
Figura 10.	46
Figura 11.	47
Figura 12.	55
Figura 13.	56
Figura 14.	57
Figura 15.	48
Figura 16.	49
Figura 17.	50
Figura 18.	51
Figura 19.	52
Figura 20.	53

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1.	58
Tabla 2.	59
Tabla 3.	62

Resumen

La transformación digital es un proceso continuo que están adoptando muchas empresas en la actualidad debido a que se asocia con beneficios en productividad y competitividad.

Esta investigación explora cómo la adopción de tecnologías digitales ha influido en las empresas del sector hotelero del centro de la ciudad de Pereira en 2023, específicamente, hoteles, mediante una caracterización de las tecnologías utilizadas, los factores que han intervenido en la adopción de estas tecnologías y de un análisis de los desafíos y oportunidades a los que se enfrenta el sector en este proceso de transformación digital.

La investigación sigue un enfoque cuantitativo que utiliza como herramienta una encuesta realizada en 2023 a una muestra representativa de los hoteles mipymes del centro de la ciudad de Pereira.

Los resultados revelan que, en 2023, el 85% de los hoteles mipymes del centro de la ciudad han incorporado diversas soluciones digitales, aunque con diferentes niveles de adopción. Como principales ventajas de este proceso de adopción, se destacan que las tecnologías digitales influyen positivamente en aspectos clave como el aumento de clientes, la satisfacción y fidelización del cliente, reducción de costos, organización interna y oferta de nuevos servicios, siendo importantes para el crecimiento empresarial y como principales obstáculos se señalan la falta de conocimientos y recursos económicos, así como la resistencia al cambio.

Estos hallazgos revelan que los hoteles mipymes del centro de la ciudad tienen la oportunidad de aprovechar las tecnologías digitales para mejorar su competitividad, mejorar sus procesos y servicios y, con ello, brindar una experiencia de calidad a los huéspedes y consolidarse como una industria de vanguardia.

Palabras-clave: Sector hotelero, Adopción de tecnologías, digitalización, turismo.

Introducción

En la actualidad las nuevas tecnologías desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de la empresa, pero a la vez, genera nuevos retos, debido a que los avances tecnológicos transforman la industria. Avances como la tecnología de la información (TI) que ha revolucionado la forma en que se realizan los negocios, con herramientas como Internet, la computación en la nube, la inteligencia artificial (IA), la realidad aumentada y los chatbots (Oliveros y Martínez, 2017).

Estas innovaciones han cambiado la forma en que se gestionan las aplicaciones web y facilitan la integración y coordinación de aplicaciones internas y procesos comerciales, lo que conlleva a una mejora en la eficiencia y productividad.

En el presente documento se describe el ejercicio académico desarrollado con el fin de conocer como la adopción de tecnologías digitales ha influido en las mipymes del sector hotelero del sector centro de la ciudad de Pereira. Los resultados se presentan en cuatro capítulos.

El primer capítulo presenta la definición del problema de investigación y se proporciona una visión general del sector hotelero en Risaralda y Pereira. Se formulan las preguntas de investigación y se presentan los objetivos de investigación.

El segundo capítulo, se presenta el marco de referencia que ofrece una revisión de estudios e investigaciones previas relacionadas con la adopción de tecnología digital en el sector hotelero, también analizan las nuevas tendencias tecnológicas en la industria hotelera, la importancia de la digitalización para la competitividad y el crecimiento, y el papel de la digitalización y el capital humano en el sector hotelero y se presenta el marco teórico y legal relacionado con la adopción de tecnología digital en Colombia.

En el tercer capítulo se desarrollan los aspectos metodológicos, se describe el diseño de investigación y la metodología utilizada en el estudio y también se discute el método de análisis de datos utilizado para determinar la influencia de la de adopción de tecnología digital en el sector hotelero.

Finalmente, en el cuarto capítulo se presentan los resultados y análisis en tres apartados. En el primero, se aborda el primer objetivo de la investigación, pues se realiza la caracterización de la adopción tecnológica del sector. En el segundo apartado, el segundo objetivo, centrado en los factores determinantes en la adopción de tecnología. En el tercer apartado, el último objetivo, en el que se realiza un análisis DOFA con la información recolectada y las conclusiones de los apartados anteriores. Finalmente se presentan las recomendaciones y conclusiones generales.

Capítulo I: Definición del problema

Planteamiento del problema

La digitalización en la industria hotelera conlleva numerosos beneficios, como la mejora del servicio ofrecido y, por ende, la experiencia del cliente. No obstante, surgen desafíos y obstáculos vinculados a esto, como los costos iniciales y de mantenimiento, la dependencia de la tecnología y la resistencia al cambio (Arcia et al., 2017). Evaluar minuciosamente estos aspectos antes de introducir nuevas tecnologías en el hotel es de suma importancia pues permitirá al hotel aprovechar sus beneficios y desarrollar estrategias adecuadas para afrontar los posibles riesgos asociados a la adopción de estas.

Cabe indicar que la digitalización se ha convertido en un elemento indispensable, ya que esta herramienta ayuda a que se mejoren las estrategias, tanto para el área operativa como de dirección, por lo cual es importante que la innovación sea constante en el sector (Gabriela, 2021). Sin embargo, no todas las empresas han asumido esta realidad debido a diferentes razones como son la falta de conocimiento, de recursos financieros y principalmente, la resistencia al cambio, lo que ha llevado al surgimiento de lo que se conoce como brecha digital, que se refiere a la diferencia en el acceso y uso de la tecnología de la información y la comunicación (TIC) entre diferentes sectores económicos.

De acuerdo Uribe Urán, A. et al (2022) en Colombia existe un bajo nivel de adopción de transformación digital en las empresas MiPymes y que específicamente para el sector hotelero un 99,7 % suministra computador de escritorio a su personal, 86,1 % portátiles, 70,3 % smartphones y 43,6 % tabletas, solo el 36,7 % distribuye productos en línea y el 36,6 % realiza contratación interna o externa (p. 20) pero poco se conoce de estos aspectos a nivel regional y a nivel local, razón por la cual es importante aportar conocimiento sobre este sector y explorar si los

establecimientos hoteles, ubicados en el centro de la ciudad de Pereira también enfrentan este desafío.

Es fundamental obtener información confiable de las micro y pequeñas empresas hoteleras de la zona, con el fin de realizar un diagnóstico de la situación y analizar si existen problemas internos que requieren mejoras en la toma de decisiones, además es importante tomar medidas para cerrar la brecha digital y garantizar que todas las empresas del sector hotelero puedan aprovechar al máximo las oportunidades que brinda la tecnología. En este orden de ideas, esta investigación busca evaluar cómo ha influido la adopción de tecnologías digitales en las mipymes del sector hotelero del sector centro de la ciudad de Pereira.

Contexto del sector hotelero: Regional y local

Risaralda

Colombia como país que cuenta con una gran biodiversidad, la ha convertido en uno de sus grandes atractivos y ha intentado consolidarse como un destino turístico alrededor del mundo.

El departamento de Risaralda por su ubicación estratégica en el Eje Cafetero cuenta con gran potencial turístico y es un destino de importancia. La diversidad define a esta región, con paisajes, una riqueza natural exuberante, culturas vibrantes y una mezcla de etnias conforman el mosaico de esta tierra, su alta densidad poblacional genera una dinámica única, mientras que su capacidad exportadora impulsa la economía local, siendo el comercio, la minería y la agricultura, con sus cultivos de café, caña, maíz y frijón, son los pilares económicos de la región. El sector de comercio, restaurantes y hoteles lidera la economía, aportando un 18,8% al PIB. Le siguen los servicios sociales y personales con un 18,6% y la industria manufacturera con un 17,6%. En

ascenso se encuentra el sector financiero e inmobiliario, que ya representa un 15,7% del PIB (DANE, 2022).

Risaralda cuenta con 988.091 habitantes, está conformado por 14 municipios de los cuales la ciudad de Pereira es la capital y la ciudad más poblada, Risaralda ubicada en el centro-oeste de Colombia, en la región andina. Limita al norte con Antioquia, al este con Caldas y Tolima, al sur con Quindío y Valle del Cauca, y al oeste con Chocó. Con una superficie de 4140 km², es el cuarto departamento más extenso del país, además, es el cuarto departamento más densamente poblado. Pereira forma parte de la región del Eje Cafetero y de la región paisa, en cuanto a la edad de su población, el 45% se encuentra en el rango de 15 a 44 años, el 18% tiene entre 44 y 59 años, y el 12% son mayores de 60 años (DANE, 2021).

Pereira

Pereira es un municipio colombiano y la capital del departamento de Risaralda. Se destaca por ser la ciudad más poblada de la región del Eje Cafetero. Forma parte del Área Metropolitana de Centro Occidente, junto con los municipios de Dosquebradas y La Virginia. Pereira está ubicada en la región centro-occidente de Colombia, en el valle del río Otún, en la Cordillera Central de los Andes. Como capital de Risaralda, Pereira alberga importantes instituciones como la Gobernación de Risaralda, la Asamblea Departamental, el Tribunal Departamental, el Área Metropolitana y la Fiscalía General. Además, debido a su ubicación estratégica en el centro del Triángulo de Oro (Bogotá, Medellín y Cali), Pereira ha adquirido gran relevancia, especialmente en el ámbito del comercio (Alcaldía de Pereira, 2020).

Tiene una población de 488.839 personas de las cuales 410.535 se encuentran en el área urbana localizadas en 19 comunas y 78.304 en el área rural en 12 corregimientos, 52,6% mujeres y 47,4% hombres. La temperatura en el oriente se acerca a los 28 grados, ya que la altura en esta

zona es desde los 950 a 1250 m.s.n.m. y en el occidente la temperatura en esta zona oscila sobre los 18 grados, y su altura promedio es de 1550 m.s.n.m. La variación anual del IPC del mes de diciembre del 2022, ubicó a Pereira en la lista de ciudades con mayor costo de vida con una cifra del 13,75%, equivalente a 0.63 puntos porcentuales por encima del registro nacional que fue de 13,12%, esto de acuerdo con el reciente informe publicado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2022).

Un aspecto que se destaca de la ciudad es que de acuerdo con los resultados del ranking de calidad de vida, se evidencio que Pereira es la mejor ciudad para vivir ocupando el primer puesto entre 23 ciudades evaluadas (El Tiempo, 2023).

Transporte.

Pereira cuenta con una infraestructura de transporte que le permite contar con un potencial para el desarrollo turístico. Entre esta infraestructura destaca:

- Aeropuerto Internacional Matecaña
- Transporte Terrestre (Terminal de transporte de Pereira)
- Sistema Integrado de Transporte Masivo (Megabus-megacable-megabici)

Turismo.

La ciudad cuenta con diversos atractivos turísticos como son:

- En el Parque Temático Ukumarí se pueden apreciar numerosas especies de animales y plantas.
- El planetario y el Jardín Botánico de la Universidad Tecnológica de Pereira, ubicados en la Universidad Tecnológica de Pereira, son sitios de interés cultural y educativo.
- La Catedral de Nuestra Señora de la Pobreza, es patrimonio religioso arquitectónico de la ciudad.

- El Centro Cultural Lucy Tejada, el Museo de Arte de Pereira, el Museo Arqueológico Jaime Mejía y el Santuario de Nuestra Señora de Fátima son algunos de los sitios para visitar.
- La Granja de Noé, es un ecoparque, donde se puede interactuar con los animales, fauna y flora del lugar y con la vida agropecuaria de la región, está ubicado al interior del parque acuático Consotá, compuesto por piscinas, toboganes y zonas verdes, espacios deportivos, restaurantes, y cabañas para hospedaje.
- El complejo deportivo de la Villa Olímpica ha sido escenario de múltiples eventos nacionales e internacionales, entre ellos, la copa mundial de fútbol SUB 20 de la FIFA en el año 2011, Campeonatos Sudamericanos, Copa América 2001, los Juegos Deportivos Nacionales de Colombia en los años 1974 y 1988, entre otros; el complejo deportivo cuenta con el estadio Hernán Ramírez Villegas, piscinas olímpicas, canchas de Tenis, Baloncesto, velódromo, diamante de Béisbol, coliseo de combates.

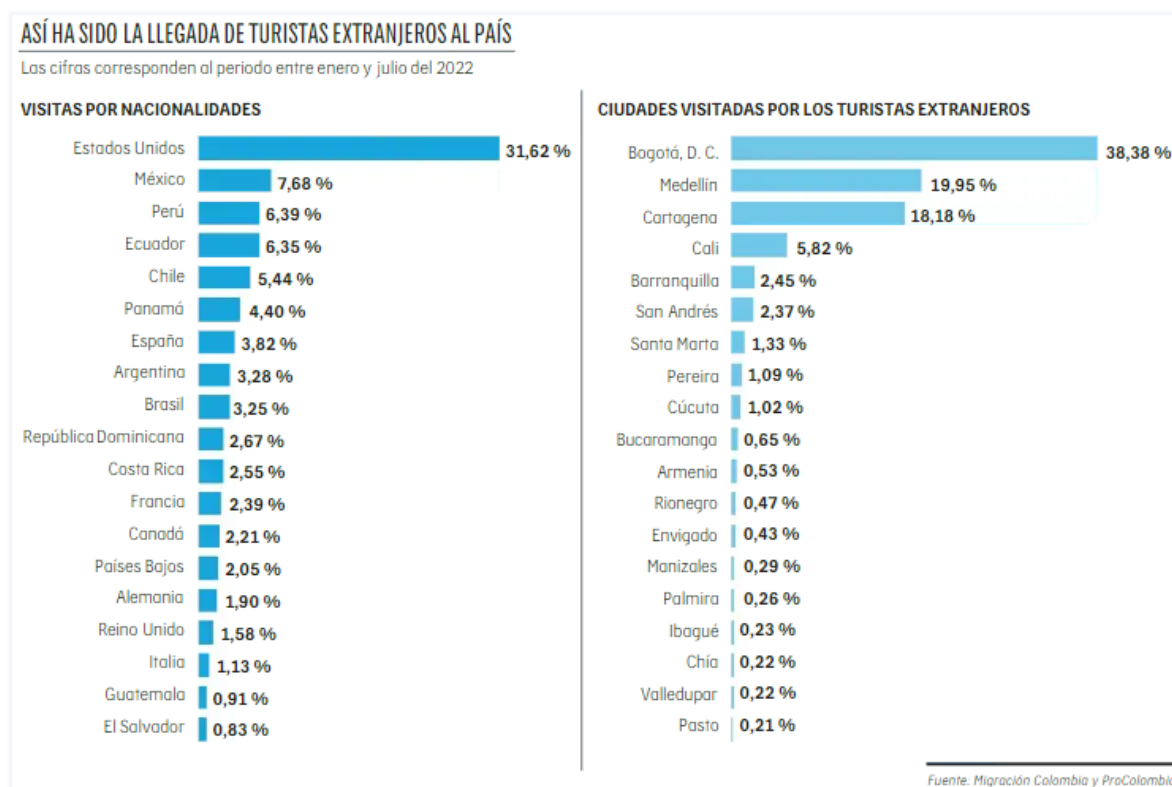
Cifras del sector hotelero

En 2022, el sector de Viajes y Turismo en Colombia experimentó un crecimiento significativo en su contribución al PIB, se evidencia un aumento del 97.2% en comparación con el año anterior, alcanzando un total de 14.9 mil millones de dólares, lo que representa el 4.5% de la economía colombiana, es importante destacar que estas cifras superan incluso las contribuciones registradas en 2019, cuando el sector aportó 14.5 mil millones de dólares al país. Este crecimiento evidencia el impacto positivo que el turismo tiene en la economía colombiana y su potencial como fuente de desarrollo y generación de empleo (WTTC, 2023)

En enero de 2023 el país recibió un total de 454.727 visitantes extranjeros, cifra que representa un aumento del 63,5 % frente a enero de 2022 y del 18% frente al mismo mes de 2019 (MinTic, 2023).

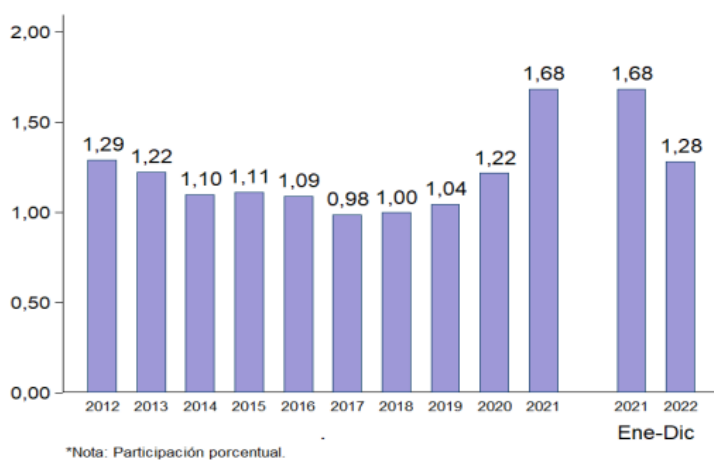
Figura 1.

Cifras relacionadas con la llegada de turistas extranjeros a Colombia



Nota. Adaptado de Migración Colombia y ProColombia (2023).

En materia de turismo interno, el informe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo señala que cerca de 2,4 millones de personas fueron visitantes internos de destinos colombianos en el tercer trimestre de 2022, lo que representa un 10,4 % de la población total. Según Cotelco (2023), la ocupación hotelera en el Eje Cafetero ha sido consistentemente alta a lo largo de la historia, variando entre el 60% y el 80%, dependiendo de la temporada. Durante los períodos de mayor demanda, que suelen ser en diciembre y enero, así como en junio y julio, la ocupación hotelera puede llegar al 100% en algunos casos.

Figura 2.*Llegada de extranjeros no residentes a Risaralda en el 2022*

Nota. Adaptado de Ministerio de las TIC (2022).

De acuerdo con Migración Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Risaralda recibió 24.627 visitantes no residentes en 2022, lo que representa un aumento del 34,6% en comparación con el año 2021, cuando se registraron 18.312 visitantes, los principales países de origen de los visitantes no residentes que llegaron a Risaralda en 2022 fueron Estados Unidos con 7.234 visitantes (29,3%), Venezuela con 3.412 visitantes (13,8%), España con 2.145 visitantes (8,7%), Ecuador con 1.789 visitantes (7,3%), y Perú con 1.654 visitantes (6,7%) (Migración Colombia & Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

En cuanto a los motivos de la visita de los extranjeros no residentes a Risaralda en 2022, se destacan el turismo con 17.245 visitantes (70%), los negocios con 4.125 visitantes (16,7%), y la visita a familiares y amigos con 3.257 visitantes (13,3%). La llegada de extranjeros no residentes a Risaralda en 2022 generó un impacto económico positivo en la región, con una estimación de ingresos por turismo de \$123.135 millones de pesos (Migración Colombia y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

Figura 3.*Actividad Hotelera en Risaralda en el 2022*

Nota. Adaptado de Migración Colombia y ProColombia (2023).

La capacidad hotelera en el Eje Cafetero y Pereira es significativa debido a que ambos son destinos turísticos populares en Colombia. Según datos de Cotelco (2022), la oferta hotelera en el Eje Cafetero en 2021 era de 5434 habitaciones, distribuidas en 345 establecimientos de hospedaje. Además, se estima que la región cuenta con una capacidad de alojamiento para aproximadamente 15.000 personas en temporada alta, lo que evidencia una capacidad del 61%.

En cuanto a Pereira, capital de Risaralda, es considerada una de las ciudades más importantes del Eje Cafetero. Según Cotelco (2022), en 2022, Pereira tenía una oferta hotelera de 3382 habitaciones, distribuidas en 151 establecimientos de hospedaje. La capacidad de alojamiento en Pereira es variable y depende de la temporada, pero en general es alta, debido a la popularidad de la ciudad como destino turístico. Esto indica que para 2022 la capacidad hotelera

fue del 37%, cifra generada por la postpandemia, ya que el sector se encuentra en una reactivación económica y ha venido retomando cifras de años anteriores a 2019.

Finalmente, se debe precisar que la pandemia de covid-19 tuvo un impacto significativo en la demanda de hospedaje en todo el mundo, incluyendo Colombia y el Eje Cafetero. En 2020 y parte de 2021, muchos hoteles y establecimientos de hospedaje tuvieron que cerrar o reducir su capacidad debido a las restricciones sanitarias y a la disminución de la demanda de hospedaje relacionada con la pandemia.

Entre enero y mayo de 2023, 14,8 millones de personas se movilizaron en rutas aéreas en el país, un incremento del 2,1% en comparación con el 2022, También se destaca el crecimiento del 34,1% en la llegada de pasajeros en vuelos internacionales regulares en comparación con el año anterior (Portafolio, 2023).

Según Despegar (2023), las ciudades más visitadas de Colombia en el primer semestre del año 2023 fueron, en su orden:

1. Medellín
2. Cartagena
3. Cali
4. Santa Marta
5. Barranquilla
6. San Andrés
7. Bucaramanga
8. Cúcuta
9. Montería
10. Pereira

En este caso, según el registro de la Cámara de Comercio de Pereira, en la actualidad en el país están constituidas por más de 1,7 millones de empresas, de estas 1,5 millones son microempresas, 103.118 pequeñas y 27.317 medianas. Por su parte el sector del comercio al por mayor cuenta con un total de 708.094 MiPymes, seguido del sector de alojamiento y servicios de comida, el cual alberga 200.063 empresas de este tipo, y las industrias manufactureras, con 183.200 negocios y concentran el 99,5% que aportan el 35% al PIB del país y del cual el sector turismo aporta el 8,5%, en el que Risaralda aporte 10,3% del PIB departamental y Pereira el 4,5% PIB municipal (Diario La República, 22 de noviembre de 2023).

En este orden de ideas, según las estadísticas de la Cámara de Comercio de la Ciudad de Pereira, el número total de pymes que se encuentran en la ciudad, al 2022, asciende a 21.020. Los establecimientos empresas mipymes clasificados en hoteles, (Cotelco 2023), es de interés para la investigación conocer la siguiente información de esta población, por los siguientes aspectos:

- La contribución del sector turístico a la economía colombiana representa el 4,5% del PIB (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y en Risaralda el 18,8% del PIB (Gobernación de Risaralda, 2022).

- No hay duda de que la tecnología digital ha supuesto grandes cambios en la cadena de valor de la industria hotelera, tanto en la gestión empresarial como en la comunicación con el cliente.

- Pereira es la principal zona turística de Risaralda por sus atractivos turísticos que la rodean dentro de la ciudad y a sus alrededores.

Formulación del problema

¿Cómo la adopción tecnológica ha influido en las mipymes del sector hotelero del centro de Pereira en 2023?

Preguntas Específicas

1. ¿Qué tecnologías digitales utilizan las mipymes del sector hotelero del centro de Pereira en 2023?

2. ¿Qué factores influyen en la adopción de tecnologías en las mipymes del sector hotelero del centro de Pereira en 2023?

3. ¿Qué oportunidades y desafíos se presentan para la adopción de tecnologías digitales en los hoteles del sector centro de Pereira en 2023?

Objetivos

Objetivo general

Evaluar cómo ha influido la adopción de tecnologías digitales en las mipymes del sector hotelero del sector centro de la ciudad de Pereira en 2023.

Objetivos específicos

1. Caracterizar la adopción tecnológica de los hoteles del sector centro de Pereira
2. Establecer cuáles son los factores que influyen en la adopción de tecnologías digitales en los hoteles del sector centro de Pereira
3. Identificar oportunidades y desafíos para la adopción de tecnologías digitales en los hoteles del sector centro de Pereira.

Justificación

La evaluación de la adopción de tecnologías en el sector turístico de Risaralda es necesaria, debido a la importancia del sector para la economía regional, ya que, en 2022, el sector turístico generó \$1.2 billones de pesos en ingresos, lo que representa el 10.2% del PIB departamental. Además, el turismo es una fuente significativa de empleo, con más de 40,000 empleos directos e indirectos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

El sector turístico está experimentando una rápida transformación digital, impulsada por tendencias tecnológicas como la inteligencia artificial, la realidad virtual, el big data y las plataformas en línea, estas tecnologías están cambiando la forma en que los viajeros planifican, reservan y disfrutan de sus viajes (Lechuga et al., 2022).

La adopción de tecnologías en las empresas turísticas de Risaralda es fundamental por varias razones. En primer lugar, mejora la competitividad de las empresas, ya que aquellas que no se adaptan a las nuevas tecnologías corren el riesgo de quedarse rezagadas en un mercado cada vez más digitalizado. Además, las tecnologías permiten ofrecer experiencias personalizadas a los viajeros, lo que aumenta su satisfacción y fidelidad. Asimismo, las tecnologías pueden ayudar a las empresas a ser más eficientes al optimizar sus procesos y reducir costos.

En el artículo "Servicios turísticos aportarían \$45 billones al PIB" del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se destaca la importancia del sector turístico para la economía colombiana. El artículo también menciona la inversión del Gobierno Nacional en la promoción del turismo digital, lo que evidencia la importancia de la adopción de tecnologías en este sector (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

En este sentido, dada la importancia del sector turístico para la economía de Risaralda y las tendencias tecnológicas que están transformando dicho sector, el plan de desarrollo resalta la

importancia de implementar sistemas digitales que generen impactos positivos en la economía y sociedad risaraldense. Se menciona específicamente que el aprovechamiento de herramientas digitales permite la optimización de medios productivos y la consolidación de proyectos de industria 4.0 (Gobernación de Risaralda, 2023). Y a nivel local, y en este sentido, en el diagnóstico del Plan de Desarrollo 2020-2023 de la Alcaldía de Pereira se resalta la necesidad de mejorar en los pilares de sofisticación e innovación para aumentar la competitividad (Alcaldía de Pereira, 2023).

Dicho lo anterior, es esencial evaluar el nivel de adopción de tecnologías por parte de las empresas turísticas de la región, asunto en el que estudio aporta, evaluando cómo ha influido esta adopción en el sector hotelero mipyme de la ciudad. Esta evaluación proporcionará información sobre las áreas que requieren mejoras y permitirá desarrollar estrategias para fomentar la adopción de tecnologías en el sector, lo que aportará conocimiento sobre la situación del sector y contribuirá al desarrollo de estrategias que le permitan mejorar y consolidarse como fuente de crecimiento para la región.

Hipótesis

Antes de obtener los resultados del análisis, proponemos algunas hipótesis, estos resultados pueden o no confirmarse.

H1: Existen desafíos importantes para la adopción de tecnologías en los hoteles de Pereira

H2: La adopción de las nuevas tecnologías tienen un alto costo para la gran mayoría de los pequeños hoteles.

H3: Los hoteles promedio tienen menos de 5 años de estar prestando servicios a sus huéspedes.

H4. existen barreras en cuanto al conocimiento de la implementación de herramientas tecnológicas

H5. el sector hotelero del centro de Pereira un 50% no hace uso adecuado de las tecnologías

Capítulo II: Marco de Referencia

Marco de antecedentes

La transformación digital ha sido objeto de estudio en diversos ámbitos, incluyendo el sector hotelero. En un estudio realizado por Lechuga (2022) titulado "Acercamiento a la transformación digital en un grupo de hoteles Mipymes del caribe colombiano" se investigaron las capacidades para la transformación digital en hoteles Mipymes en el Caribe colombiano. Los resultados revelaron la ausencia de conocimientos digitales avanzados, la falta de acceso a planes de capacitación en digitalización y la carencia de medidas de ciberseguridad.

En un estudio similar, Giraldo (2018) realizó una tesis doctoral titulada "Transformación Digital de las Mipymes de Turismo de Naturaleza en el Valle del Cauca". El autor exploró la transformación digital en las Mipymes de turismo de naturaleza en esta región de Colombia. Los hallazgos destacaron la importancia de la adopción de tecnologías digitales para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de estas empresas.

Por otro lado, Quinto (2020) llevó a cabo una tesis de master titulada "Relación entre la innovación y la competitividad en mipymes del sector hotelero de Cartagena". El autor examinó la relación entre la innovación y la competitividad en las mipymes del sector hotelero en Cartagena. Los resultados mostraron que la innovación juega un papel fundamental en el fortalecimiento de la competitividad de estas empresas.

En un estudio centrado en el contexto cubano, Castro et al. (2022) realizaron un diagnóstico de transformación digital en el Hotel Nacional de Cuba. El estudio, titulado "Diagnóstico de transformación digital en hotelería: caso de estudio en el Hotel Nacional de Cuba", destacó la importancia de la transformación digital como una estrategia para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente en el sector hotelero.

Finalmente, Uribe et al. (2022) exploraron el papel de la transformación digital como estrategia de fortalecimiento comercial en el sector hotelero del Caribe colombiano. El estudio, realizado en la Universidad Sergio Arboleda, resaltó la necesidad de la capacitación y el entrenamiento de los colaboradores en el uso eficiente de las tecnologías digitales para mejorar el relacionamiento estratégico con el cliente.

Estos estudios previos proporcionan una base sólida para comprender la importancia de la transformación digital en el sector hotelero, tanto en el Caribe colombiano como en otras regiones. Destacan la necesidad de adquirir conocimientos digitales avanzados, implementar medidas de ciberseguridad, fomentar la innovación y mejorar la competitividad a través de la adopción de tecnologías digitales.

Nuevas tendencias tecnológicas en el sector hotelero

La transformación digital se refiere a un proceso que busca mejorar una entidad mediante cambios significativos en sus propiedades, a través de la combinación de tecnologías de la información, informática, comunicación y conectividad (Buhalis y Leung, 2018, p. 1). En el sector hotelero, la transformación digital y la inteligencia artificial (IA) han revolucionado la forma en que los hoteles interactúan con sus huéspedes. Una de las tecnologías adoptadas son los chatbots, que son herramientas que permiten una comunicación instantánea y personalizada con los clientes, estos chatbots son capaces de responder preguntas y, gracias al análisis de datos de los huéspedes, también pueden generar recomendaciones personalizadas, lo que contribuye a mejorar la experiencia y satisfacción del cliente.

La industria hotelera se beneficia enormemente del uso del Big Data y el Internet de las Cosas (IoT). Estas tecnologías facilitan la recopilación y análisis de grandes volúmenes de datos generados por los huéspedes, incluyendo preferencias, comportamientos y patrones de consumo.

Esta información brinda a los hoteles una valiosa herramienta para satisfacer mejor las necesidades de sus huéspedes, personalizar su estancia y aumentar la satisfacción del cliente (Alagna, 2020).

La Realidad Aumentada es una tecnología innovadora que ha encontrado su lugar en la industria hotelera. Permite a los huéspedes explorar salas virtuales, realizar recorridos por las instalaciones del hotel y participar en experiencias interactivas con diversos servicios y actividades, utilizando aplicaciones móviles o dispositivos especializados. Esta tecnología añade un nivel de inmersión y entretenimiento, mejorando la experiencia del visitante y haciéndola aún más memorable durante su estancia en el hotel.

En cuanto a la inteligencia artificial, ha demostrado ser confiable a medida que avanza la tecnología informática, y su uso se ha vuelto cada vez más común en el ámbito empresarial, en el sector hotelero, la inteligencia artificial se utiliza especialmente en tareas de servicio al cliente, lo cual es de vital importancia en hoteles y resorts. Estas tecnologías permiten a las empresas hoteleras brindar un servicio más eficiente y personalizado a sus huéspedes, mejorando su experiencia general (Cómo utilizar la inteligencia artificial en la industria hotelera, 2023).

Las operaciones hoteleras han experimentado una notable mejora y agilidad gracias a la implementación de sistemas de gestión hotelera basados en la nube. Estos sistemas permiten a los hoteles gestionar de manera eficiente todos los aspectos de sus operaciones, como las reservas, el check-in y el check-out, la gestión de inventario, la administración de personal y el seguimiento de los ingresos. Al estar basados en la nube, estos sistemas son accesibles en cualquier momento y desde cualquier ubicación, lo que simplifica la gestión y aumenta la eficacia operativa.

La digitalización ha dejado su huella en todos los segmentos del ecosistema turístico. Proporciona herramientas, marcos de referencia y tecnologías que permiten crear o agregar valor a los productos, servicios y experiencias turísticas. Gracias a esta digitalización, las reservaciones se pueden confirmar de forma instantánea y todo un viaje puede ser planificado con tan solo un dedo (BBC Travel, 2020).

La adopción del Internet de las Cosas (IoT) en el sector hotelero está influenciada por diversos factores, como los costos de implementación, los beneficios obtenidos, el retorno de la inversión, la seguridad y privacidad, la infraestructura de red, la integración y compatibilidad, la cultura organizacional y la capacitación (Infante et al., 2020). Las tecnologías que están transformando la industria hotelera incluyen la inteligencia artificial, el big data, el IoT, la realidad aumentada, los chatbots y los sistemas de gestión hotelera basados en la nube.

Estas innovaciones presentan oportunidades para mejorar la satisfacción del cliente, optimizar las operaciones y adaptarse a las cambiantes demandas del mercado, a medida que estas tecnologías continúen desarrollándose, es probable que en el futuro se observen mayores impactos y nuevas aplicaciones en el sector hotelero. Según varias Infobae (2017), existen múltiples ejemplos de hoteles que están incorporando la inteligencia artificial en sus operaciones diarias para mejorar la eficiencia y personalizar la experiencia de los huéspedes:

Un ejemplo es un hotel Ubicado en Nagasaki, Japón, este hotel abrió sus puertas en 2015 y forma parte de la cadena hotelera japonesa Henn Na Hotels, elegimos este establecimiento entre las cadenas en cuestión porque fue el primero de la cadena en introducir robots humanoides o dinosaurios para desempeñar las funciones propias de los recepcionistas, es un robot utilizado para otras tareas. De hecho, según Edward Yagisawa (2016), fue considerado el primer robot hotelero del mundo.

El hotel tiene varios edificios de aspecto minimalista con habitaciones hermosas y puedes encontrar diferentes tipos de habitaciones.

Lo que más destaca sobre tecnología y digitalización es lo siguiente:

Check-in y check-out

- En la recepción los robots que pueden hablar diferentes idiomas y utilizan paneles de reconocimiento facial para hacer el Check-in y Check-out e introducir información

Acceso habitaciones

- Utilizando un escáner de reconocimiento facial.

Robots

- El robot humanoide con aspecto humanoide y de dinosaurio
- Robot armario o guardarropa.
- Un robot que transporta el equipaje según lo necesario en salas paralelas.
- Cada habitación tiene un pequeño robot de reconocimiento de voz que puede encender y apagar luces, mostrar pronósticos del tiempo y configurar alarmas.
- También hay robots en diferentes zonas del hotel para ofrecer entretenimiento a los clientes.

- Inteligencia artificial

Habitaciones

En las habitaciones, encontramos lo siguiente:

- Robot
- Panel radiante (ajustan la temperatura de la habitación en función del calor corporal)
- Tablet con acceso a Skype y otras aplicaciones
- Wi-fi

- TV inteligentes

Zonas comunes

- Encontraremos una zona de parque de aventura, deportiva con su gym y una pantalla 360°.

Otro caso es Yotel, una cadena hotelera con sede en Londres, Reino Unido. Yotel ha integrado la inteligencia artificial en su servicio al cliente mediante chatbots, que asisten y responden a las consultas de los huéspedes. Además, utilizan tecnología de reconocimiento facial para simplificar y agilizar el proceso de registro de entrada.

En Estados Unidos, The Cosmopolitan Hotel en Las Vegas ha implementado la inteligencia artificial para personalizar la experiencia de sus huéspedes. Su sistema de inteligencia artificial, conocido como "Rose", proporciona recomendaciones personalizadas sobre restaurantes, actividades y entretenimiento dentro del hotel.

Finalmente, en los Países Bajos, la cadena hotelera Henn-Na también utiliza robots para realizar diversas tareas, como el registro de entrada y el servicio a las habitaciones. Estos robots están programados para interactuar con los huéspedes y asistirles durante su estancia.

Importancia de la digitalización para la competitividad y crecimiento

Una de las ideas importantes relacionadas es la "Industria 4.0" o "Cuarta Revolución Industrial", como lo describe Del Val Román (2016), este concepto se refiere a un nuevo modelo de organización y control de la cadena de valor a lo largo del ciclo de vida del producto y en los sistemas de fabricación, todo ello respaldado y posible gracias a las tecnologías de la información (Luis, 2022, p. 23).

En la industria hotelera, la mejora de la experiencia del huésped es un aspecto crucial de la digitalización, gracias a la adopción de tecnologías digitales, los hoteles pueden ofrecer

servicios personalizados que se adaptan a las necesidades específicas de cada visitante, la digitalización también agiliza y simplifica los procesos, lo que resulta en una experiencia más positiva para el cliente, desde la reserva en línea hasta el check-in y el check-out automatizados.

Estas nuevas tecnologías "generan un nuevo mercado o una nueva forma de hacer negocios o investigar" (Munawar et al., 2022, pág. 2). En la actualidad, la digitalización se ha convertido en un factor crítico para mejorar la competitividad de los hoteles y su capacidad de adaptación al entorno, por lo tanto, es esencial que se mantengan actualizados y aprovechen las oportunidades que ofrece la digitalización, ya que ha transformado por completo la forma en que los viajeros buscan, reservan y experimentan sus estancias en hoteles (Schoenenberger y Gómez, 2017).

La innovación en el ámbito empresarial es un tema relevante en las últimas décadas, y dos elementos se destacan como fundamentales para abordarla con éxito: las herramientas tecnológicas y el capital humano (Schnell, 2000). En primer lugar, las herramientas tecnológicas son esenciales para el desarrollo del trabajo en un entorno colaborativo y global. Esto implica que las organizaciones deben equiparse con software y plataformas que permitan la comunicación y la colaboración en tiempo real, no solo dentro de la empresa sino también con socios y clientes alrededor del mundo (García y Pérez, 2008). La tecnología facilita la gestión de proyectos, la compartición de información y la toma de decisiones basada en datos, lo que resulta crucial en un mercado cada vez más interconectado.

Por otro lado, el capital humano también juega un papel decisivo en el proceso de innovación. Los empleados deben poseer competencias profesionales en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como habilidades lingüísticas que les permitan operar eficazmente en un contexto internacional (Luis, 2022). La formación continua y el desarrollo de

estas habilidades son clave para mantenerse al día con las rápidas transformaciones del sector y para poder implementar y aprovechar las nuevas tecnologías de manera efectiva.

Ambos factores, las herramientas tecnológicas y el capital humano cualificado, son complementarios y necesarios para impulsar la innovación en cualquier organización. La combinación de una infraestructura tecnológica avanzada y un equipo humano con las competencias adecuadas puede resultar en una mejora significativa de la eficiencia, la productividad y la capacidad de innovación de la empresa.

La digitalización ha abierto nuevas formas de promover destinos turísticos, desde la creación de contenido de marketing de destinos hasta el desarrollo de nuevos programas de reserva (Iberoamérica, 2020). Esta transformación digital también ha brindado a los hoteles oportunidades comerciales a nivel global. Es importante que en Latinoamérica se preparen adecuadamente para competir en este ámbito. Los hoteles pueden llegar a un público más amplio y atraer a más visitantes mediante la implementación de estrategias eficientes de marketing digital, como el uso de redes sociales, motores de búsqueda y publicidad en línea. Además, la gestión efectiva de los datos de los huéspedes permite a los hoteles reconocer patrones de comportamiento y preferencias, lo que les permite ofrecer servicios personalizados, promociones exclusivas y fomentar la repetición de negocios.

En la industria hotelera, se considera que las tecnologías de la información (TI) son un recurso estratégico y un factor clave para generar valor comercial, mejorar la competitividad y potenciar el rendimiento organizacional (Ezzaouia y Bulchand, 2023). No obstante, la decisión del director general de un hotel de adoptar TI y el nivel de utilización de estas tecnologías pueden variar debido a diversos factores. En este sentido, Ezzaouia y Bulchand (2023) han revelado que existen cuatro tipos de factores que influyen en la adopción de TI en la industria

hotelera: características organizativas, características individuales, percepción de beneficios y factores externos. Según sus hallazgos, los factores externos (tales como la presión competitiva, la presión de los clientes, la presión de los proveedores y el apoyo gubernamental) tienen el mayor impacto en la adopción de TI.

La eficacia operativa de los hoteles también se ve afectada significativamente por la digitalización, puede mejorar la planificación de recursos, optimizar la gestión de inventario y reducir costos al utilizar tecnologías como el Internet de las cosas (IoT), análisis de datos e inteligencia artificial (IA), además, la digitalización facilita la comunicación interna y externa, mejorando los procesos entre distintos departamentos y con proveedores.

La evidencia indica que la adopción de tecnologías de la información (TI) en la industria hotelera varía entre países desarrollados y países en desarrollo (Ezzaouia y Bulchand, 2023), esto puede estar relacionado con diversos factores, como tendencias sociales y económicas, así como las leyes y regulaciones aplicadas en cada país (Perdomo y Suárez, 2017), asimismo, pueden influir las diferencias culturales entre los países desarrollados y los países en desarrollo (Sunny et al., 2019).

Como se mencionó anteriormente, la revolución digital ha tenido un impacto significativo en la operación y gestión de los hoteles, y las tecnologías digitales se reconocen como fuentes clave de eficiencia y ventaja competitiva en el sector hotelero (Shin et al., 2019), para que la industria hotelera sea más competitiva y pueda experimentar un crecimiento constante, la digitalización es fundamental. La transformación digital permite experiencias personalizadas, una mayor audiencia, una eficiencia operativa mejorada y la capacidad de aprovechar nuevas oportunidades de negocio, los hoteles que adopten la digitalización como parte central de su

estrategia estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos actuales del mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los huéspedes digitales (Verdú, 2017).

Con ello podemos sacar de conclusión que la sistematización en un hotel puede aportar varias ventajas frente a sus competidores, algunas de estas ventajas incluyen:

1. En cuanto a la eficiencia operativa, la sistematización permite automatizar y agilizar los procesos del hotel, lo que mejora la eficiencia operativa, esto incluye tareas como automatizar el check-in y el check-out, gestionar reservas en línea y automatizar tareas administrativas, al optimizar los procesos, los hoteles pueden ofrecer a los huéspedes un servicio más rápido y eficiente, mejorando así su experiencia.

2. La sistematización también ayuda a personalizar la experiencia del huésped al recopilar y analizar datos sobre ellos, por ejemplo, al utilizar un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM), los hoteles pueden obtener información sobre las preferencias y necesidades de los huéspedes, lo que les permite ofrecer servicios personalizados adaptados a cada cliente, esto aumenta la satisfacción y la fidelidad de los huéspedes.

3. Además, la sistematización proporciona datos y análisis en tiempo real sobre el desempeño del hotel, lo que ayuda en la toma de decisiones, al contar con información actualizada sobre la ocupación, los ingresos, los comentarios de los huéspedes y otras métricas clave, los hoteles pueden tomar decisiones informadas para optimizar la gestión y aumentar la rentabilidad.

4. Por último, la sistematización ayuda a los hoteles a gestionar de manera más eficiente su inventario y recursos. Mediante el uso de sistemas de gestión de inventario y planificación de la demanda, los hoteles pueden optimizar la asignación de habitaciones, gestionar diferentes

tipos de inventarios (como alimentos, bebidas y bienes) y planificar la disponibilidad del personal, esto ayuda a reducir costos y minimizar el desperdicio.

La digitalización y el capital humano en el sector hotelero

El rápido avance y la amplia aplicación de la tecnología de la información han impulsado mejoras adicionales en la operación hotelera. Los hoteles utilizan tecnología de la información moderna para crear una base de datos de clientes, que incluye información como las preferencias de diseño de los espacios y los colores. Además, se adoptan métodos de operación científicos para acelerar la transformación y mejora del hotel. El rápido cambio de Internet ha tenido un gran impacto en las industrias tradicionales (Wang, 2022). En este contexto, el estudio de Wang (2022) también resalta la creciente necesidad de invertir en tecnologías de información, infraestructura digital y tecnologías inteligentes en la industria hotelera.

La forma de gestionar los hoteles ha experimentado una importante transformación debido a la digitalización y el desarrollo de tecnologías digitales. Se ha implementado el uso de sistemas automatizados para realizar tareas que anteriormente eran realizadas por personal humano. Ahora, los huéspedes pueden completar servicios como el check-in y el check-out a través de computadoras o aplicaciones móviles, lo que ha permitido aumentar la eficiencia y ahorrar costos en los hoteles.

Además, las prácticas administrativas han sufrido modificaciones debido a las disrupciones en el empleo tradicional causadas por los cambios en los mercados laborales. Esto ha llevado a una reconsideración de las habilidades personales necesarias en la industria (Schwab, 2016). Gracias a la digitalización, los hoteles ahora son capaces de ofrecer servicios personalizados adaptados a las preferencias específicas de los visitantes. Utilizando tecnologías como la inteligencia artificial y el análisis de datos, los hoteles pueden anticipar las necesidades

de los visitantes y brindarles una experiencia más individualizada. Como resultado, los clientes experimentan un mayor nivel de satisfacción.

Sin embargo, a pesar de los beneficios que ofrece la digitalización, también existe el argumento de que el factor humano es insustituible en el sector hotelero, el personal humano aporta calidez y un toque personal que la tecnología no puede replicar, la interacción cara a cara con los empleados del hotel puede marcar la diferencia en la experiencia de los huéspedes, ya que los empleados pueden ofrecer recomendaciones personalizadas, resolver problemas y crear un ambiente acogedor y amigable.

Además, la digitalización plantea desafíos importantes en términos de ciberseguridad y privacidad de los datos de los huéspedes, es necesario garantizar la protección de la información confidencial de los huéspedes, implementando las medidas necesarias para salvaguardarla, en un entorno en el que los hoteles están recopilando y utilizando cada vez más datos personales, la seguridad y la privacidad son aspectos prioritarios para generar confianza y tranquilidad en los huéspedes en lo que respecta a la gestión de sus datos sensibles (Hermann et al., 2015).

Se trata de combinar las fortalezas humanas, como la capacidad de liderazgo, el trabajo en equipo, la creatividad y las habilidades sociales, con las ventajas que ofrecen los algoritmos. Según Rodríguez (2020), la tecnología de la información (TI) es una herramienta poderosa que puede aumentar la eficiencia y la productividad de las organizaciones, sin embargo, es importante tener en cuenta que el elemento humano sigue siendo fundamental, las personas aportan habilidades interpersonales, creatividad y capacidad de adaptación a circunstancias imprevistas. En este sentido, es fundamental encontrar un equilibrio entre la tecnología de la información y las personas, aprovechando las ventajas de la tecnología sin perder de vista la importancia del factor humano.

Entre los principales desafíos que enfrenta el sector de servicios y específicamente la hotelería respecto a la industria 4.0 se encuentran el desarrollo, la capacitación y la gestión del recurso humano 2.0 que vaya acorde con el entorno y los requisitos de esta nueva era tecnológica (López, 2014). Por lo tanto, la capacitación, el aprendizaje y las innovaciones organizacionales dependen en gran medida del rol de los empleados, pero por otro lado también es responsabilidad de las organizaciones el diseñar estrategias de formación tomando en cuenta lo que esperan y desean los colaboradores (López, 2014). Además, otro de los desafíos que enfrentan los colaboradores del sector hotelero es seguir el ritmo de la nueva era de tecnología digital, puesto que las empresas deben desarrollar y mantener un ambiente de capacitación, aprendizaje e innovación continua con la finalidad de facilitar un comportamiento laboral creativo y una cultura de aprendizaje constante.

Para ello, los trabajadores deben ser flexibles y contar con una alta capacidad de adaptación que les permita atender las necesidades que exige el mercado hotelero y esto lo pueden desarrollar mediante un conocimiento profundo de la tecnología digital, con ello podemos definir que la eficiencia, la personalización y el ahorro de costos que la digitalización ha aportado a la industria hotelera han alterado fundamentalmente su funcionamiento, pero debido a que ofrece un servicio individualizado y una conexión personal con los visitantes, el elemento humano sigue siendo esencial en la industria hotelera (Aguado, 2018). Para brindar una excelente experiencia al cliente, el secreto es lograr el equilibrio adecuado entre tecnología y personas.

En el sector hotelero se pueden encontrar varios ejemplos del desarrollo del trabajo mutuo entre empleados humanos e inteligencia artificial (IA) y de cómo está impulsando el crecimiento en la industria hotelera como afirman Duque et al. (2020):

1. Asistentes virtuales: Los hoteles pueden implementar asistentes virtuales basados en inteligencia artificial para brindar servicio al cliente y responder preguntas frecuentes, estos asistentes pueden ayudar a los huéspedes a reservar habitaciones, brindar información sobre las instalaciones y responder consultas generales, liberando al personal para concentrarse en tareas más complejas y personalizadas.

2. Análisis de datos: La inteligencia artificial puede analizar grandes cantidades de datos generados por los huéspedes, como preferencias, reseñas y patrones de comportamiento. Esto ayuda a los empleados a comprender las necesidades y deseos de los huéspedes, mejorando así la experiencia del cliente y brindando un servicio personalizado.

3. Automatización: Las IA pueden realizar tareas repetitivas y de bajo costo, como procesamiento de pagos, gestión de inventario y limpieza. Esto permite que los empleados humanos dediquen más tiempo a tareas que requieren habilidades humanas, como el servicio al cliente y la resolución de problemas.

4. Optimización del servicio: La inteligencia artificial puede mejorar la experiencia del cliente al recopilar y analizar las necesidades de cada visitante, esto permite al personal brindar asesoramiento y servicio en función de las necesidades de cada huésped.

5. Seguridad y gestión de riesgos: La inteligencia artificial puede ayudar a la industria hotelera con la seguridad y la gestión de riesgos, como, por ejemplo, pueden monitorear y analizar cámaras de seguridad para detectar actividades sospechosas o identificar amenazas, esto ayuda a los servidores a tomar precauciones y garantizar la seguridad de los visitantes y el personal.

Marco teórico – conceptual

La adopción de tecnologías digitales en las empresas es un proceso complejo que puede ser explicado desde diversas perspectivas teóricas. Como se presentará a continuación, cada una de las teorías que han abordado este análisis resaltan aspectos diferentes, que van desde la importancia de la comunicación interpersonal y la influencia social, a aspectos relacionados con la coordinación entre la tecnología y la estructura organizativa. Las teorías que han intentado miradas sistémicas consideran los factores internos y externos que influyen en la decisión de adoptar tecnologías digitales en las empresas. A continuación, se presentan algunas de las principales teorías en orden cronológico:

Teoría de la Difusión de Innovaciones (Rogers, 2003):

La Teoría de la Difusión de Innovaciones, propuesta por Everett Rogers en 1962, es una de las teorías más influyentes en el campo de la adopción de tecnologías, destaca la importancia de la comunicación interpersonal y la influencia social en el proceso de adopción de tecnologías. Esta teoría postula que la adopción de una innovación sigue un proceso en etapas, comenzando con la fase de conocimiento, donde los individuos se enteran de la existencia de la innovación. Luego, sigue la etapa de persuasión, donde los individuos buscan información sobre la innovación y evalúan sus beneficios y costos. La etapa de decisión implica la toma de la decisión de adoptar o rechazar la innovación, seguida por la etapa de implementación, donde se utiliza la innovación de manera efectiva. Finalmente, en la etapa de confirmación, los individuos evalúan los resultados de la adopción. Además, Rogers identifica cinco categorías de adoptantes, que van desde los innovadores hasta los rezagados, cada uno con características y comportamientos específicos:

- Innovadores: Son los primeros en adoptar la innovación, dispuestos a asumir riesgos.
- Adoptantes tempranos: Siguen a los innovadores y adoptan la innovación antes que la mayoría.
- Mayoría temprana: Adoptan la innovación antes de que la mayoría lo haga, pero prefieren esperar a que se prueben sus beneficios.
- Mayoría tardía: Adoptan la innovación después de que la mayoría ya lo haya hecho, siendo más escépticos.
- Rezagados: Adoptan la innovación en la etapa final del proceso, cuando la mayoría ya la ha adoptado.

Teoría de la Elección Tecnológica por Tornatzky y Fleischer en 1990:

De acuerdo con Tricoci, G. A. et al (2023), la Teoría de la Elección Tecnológica, desarrollada por Tornatzky y Fleischer en 1990, se centra en los procesos de toma de decisiones de adopción tecnológica en las organizaciones. Esta teoría reconoce que la adopción de tecnologías no es un proceso lineal, sino que implica una evaluación continua de múltiples alternativas por parte de los tomadores de decisiones. Según este enfoque, la adopción de tecnologías está influenciada por factores internos y externos a la organización. Los factores internos incluyen la compatibilidad con las prácticas existentes, la complejidad percibida y la ventaja relativa de la tecnología. Los factores externos incluyen la presión competitiva, la disponibilidad de recursos y el apoyo del entorno. La Teoría de la Elección Tecnológica destaca la importancia de considerar múltiples factores y perspectivas en el proceso de adopción de tecnologías digitales dentro de las organizaciones (Tricoci, G.-A. et al. 2023),

Teoría de la Institucionalización (DiMaggio y Powell, 1983):

La Teoría de la Institucionalización, propuesta por DiMaggio y Powell en 1983, se centra en cómo las normas, valores y creencias institucionales influyen en el proceso de adopción de tecnologías en las organizaciones. Según esta teoría, las organizaciones adoptan tecnologías no solo en función de su eficacia técnica, sino también en función de su legitimidad y aceptabilidad en el entorno institucional. La institucionalización de una tecnología se refiere al proceso mediante el cual una tecnología se convierte en parte de las prácticas y estructuras sociales de una organización. Este proceso está influenciado por factores como las normas profesionales, las expectativas de los involucrados e interesados y las presiones reguladoras. La Teoría de la institucionalización resalta la importancia de considerar el contexto organizacional y social en el proceso de adopción de tecnologías digitales y cómo las instituciones influyen en las decisiones de adopción.

Teoría del Aprendizaje Organizacional (Argyris y Schön, 1978):

La Teoría del Aprendizaje Organizacional, desarrollada por Argyris y Schön en 1978, se enfoca en cómo las organizaciones adquieren, procesan y aplican conocimiento nuevo para mejorar su desempeño y adaptarse a cambios en el entorno. Según este enfoque, la adopción de tecnologías digitales en las empresas se ve influenciada por la capacidad de la organización para aprender y adaptarse. Las organizaciones que fomentan una cultura de aprendizaje continuo y experimentación son más propensas a adoptar con éxito nuevas tecnologías. La Teoría del Aprendizaje Organizacional destaca la importancia de la capacidad de la organización para gestionar el cambio y la incertidumbre asociados con la adopción de tecnologías digitales, promoviendo un enfoque proactivo hacia la innovación y el aprendizaje.

Teoría de la Contingencia por Woodward en 1965:

Según Quintero y Vera (2016), la Teoría de la Contingencia, propuesta por Woodward en 1965, sugiere que no existe un enfoque universalmente válido para la adopción de tecnologías en las organizaciones. En cambio, la eficacia de diferentes enfoques depende de las características específicas de la organización y su entorno. Según este enfoque, las empresas deben adaptar su enfoque de adopción de tecnologías a las demandas del entorno y a sus propias capacidades y recursos. La Teoría de la Contingencia resalta la importancia de la flexibilidad y la adaptabilidad en el proceso de adopción de tecnologías digitales, reconociendo que no hay una solución única que se aplique a todas las situaciones organizacionales (Quintero y Vera, 2016)

En una investigación más reciente, Bocarando et al. (2018) plantea una explicación para la adopción de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la que identifica cinco factores: individual, organizacional, tecnológica, ambiental y económica. Desde la perspectiva individual, se considera la disposición y habilidad de los empleados para adoptar y utilizar las TIC. Esto incluye su nivel de familiaridad con la tecnología, su actitud hacia la innovación y su capacidad para adaptarse a nuevos procesos y sistemas.

La perspectiva organizacional se refiere a la estructura y cultura de la empresa. Las organizaciones que fomentan la innovación y la colaboración, y que tienen una estructura flexible y adaptable, suelen tener más éxito en la implementación de las TIC. La perspectiva tecnológica se centra en las características de las TIC que se están adoptando. Esto incluye su complejidad, su compatibilidad con los procesos y sistemas existentes, y su capacidad para mejorar la eficiencia y la productividad.

La perspectiva ambiental considera el entorno externo de la empresa, incluyendo la competencia en el mercado, las regulaciones gubernamentales, y las tendencias y desarrollos en la industria. Finalmente, la perspectiva económica analiza los costos y beneficios de la adopción de las TIC. Esto incluye el costo de adquisición e implementación de la tecnología, así como los beneficios potenciales en términos de eficiencia, productividad y ventaja competitiva. Cada una de estos factores ofrece un ángulo único para entender cómo y por qué las Pymes adoptan las TIC, y cómo pueden superar los desafíos y aprovechar las oportunidades que estas tecnologías presentan.

Marco legal

Decreto 1263 de 2022 - Definir los lineamientos y estándares aplicables a la transformación digital pública

Contempla la infraestructura de datos, la interoperabilidad, los proyectos relacionados con digitalización y automatización de trámites, el uso de mecanismos de agregación de demanda, el uso de servicios en la nube, planeación institucional, sandbox regulatorios e inteligencia artificial como los lineamientos y estándares aplicables a la transformación digital pública, en total armonía con el despliegue de la Política de Gobierno Digital (MinTic, 2022).

Ley 1581 de 2012 - Protección de Datos Personales

La ley de protección de datos personales – Ley 1581 de 2012 – es una ley que complementa la regulación vigente para la protección del derecho fundamental que tienen todas las personas naturales a autorizar la información personal que es almacenada en bases de datos o archivos, así como su posterior actualización y rectificación. Esta ley se aplica a las bases de datos o archivos que contengan datos personales de personas naturales (Congreso de la República, 2012).

Ley 1341 de 2009 - se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC

La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información (Congreso de la República, 2012).

Ley 1266 de 2008 - Disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales.

Por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones (Congreso de la República, 2008).

Capítulo III Aspectos Metodológicos

Diseño y tipo de investigación

La metodología de esta investigación se basó en un enfoque cuantitativo en el que se utilizó como herramienta una encuesta estructurada que fue diseñada y aplicada a una muestra representativa de hoteles de este sector de la ciudad, la encuesta incorporó variables de tipo cuantitativo y variables categóricas tipo Likert.

Determinación de la población tipo de muestreo y la muestra

Para identificar el tamaño de la población, se consultó información oficial de la Cámara de Comercio de la ciudad de Pereira. Una vez consolidada la base de datos, se depuró la información por nombre, tamaño y ubicación, generando una muestra total de 75 hoteles, debido a limitaciones de tiempo y presupuesto, se decidió realizar la encuesta a una muestra representativa por medio de un muestreo aleatorio simple que, con un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 95%, correspondió a un tamaño de muestra de 47 empresas.

El proceso de recolección de información se llevó a cabo de manera presencial. Cada uno de los hoteles seleccionados aleatoriamente fue visitado y se aplicó el instrumento diseñado, conformado por 25 preguntas cerradas, la visita al lugar permitió a los investigadores tener una conversación más cercana con los encargados de los hoteles, lo que aportó al análisis contextual que se presenta más adelante en este documento.

Método

Los métodos cuantitativos utilizados fueron el análisis estadístico descriptivo aplicado a un conjunto de preguntas de la encuesta que corresponden a variables cuantitativas y categóricas. Para esta investigación se decidió emplear una metodología basada en la revisión literatura (Cardozo y Veliz, 2013) y el análisis de la información recolectada. Este enfoque permitió el

análisis, la integración y la determinación de las variables referentes a la tecnología y el nivel de adopción de estas, para que pudieran ser analizadas, combinadas al unísono y llegar a conclusiones a partir de ello.

En este caso, para iniciar la investigación se utilizaron artículos de investigación, publicaciones, tesis y libros relevantes al tema, con base en ello, se tuvo en cuenta el nivel de fiabilidad de las fuentes. Para este objetivo, cabe mencionar que se consideró la antigüedad de la investigación en el presente contexto, a excepción de las tesis, todas las fuentes no tenían más de diez años y se estableció un límite de cinco años.

Recopilación de la información

El trabajo de campo se realizó entre los meses de octubre y noviembre de 2023, las entrevistas presentaron una duración promedio de 15 a 20 minutos y fueron realizadas de forma presencial intentando en lo posible encuestar a gerentes o personas a cargo, en el siguiente capítulo se presentan los hallazgos de este ejercicio.

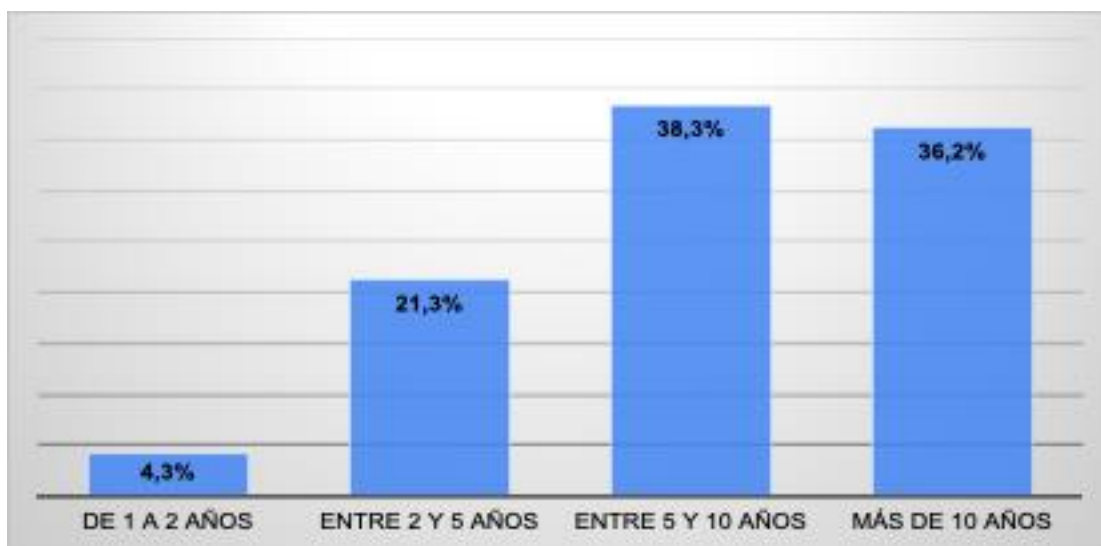
Capítulo IV: Resultados y análisis

Caracterización de los hoteles del centro de Pereira

En este apartado se realiza una presentación grafica de la información procesada luego de aplicado el instrumento dispuesto para recolectarla, de esta forma se busca evidenciar los resultados de la investigación y dar respuesta a los objetivos propuestos.

Figura 4.

Antigüedad de los hoteles

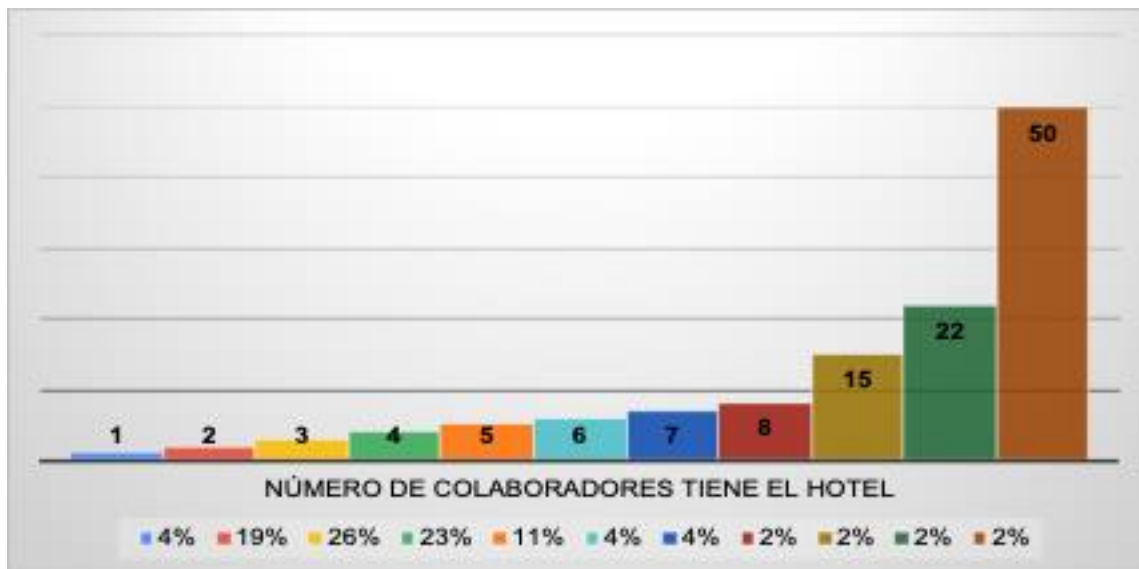


Según se observa, en la figura 4, el 4,3% de los hoteles evaluados tienen entre 1 y 2 años de haber sido establecidos, lo que equivale a una pequeña proporción de hoteles relativamente nuevos, por otro lado, el 21,3% tiene entre 2 y 5 años de operación, representando alrededor de una quinta parte de los hoteles analizados con una antigüedad intermedia y el grupo más grande lo constituyen los hoteles con 5 a 10 años en el mercado, siendo un 38,3% del total, finalmente, un 36,2% tiene más de 10 años de antigüedad, siendo los hoteles con mayor tiempo de operación en el sector. En conclusión, la mayor parte de los hoteles evaluados (74,5%) tienen entre 5 y más de 10 años en funcionamiento, destacándose como negocios con cierta trayectoria y experiencia, mientras que solo una cuarta parte tiene menos de 5 años de haber sido establecidos, estos datos

dan una perspectiva de la edad y nivel de consolidación del sector hotelero en la ciudad especialmente en la zona céntrica.

Figura 5.

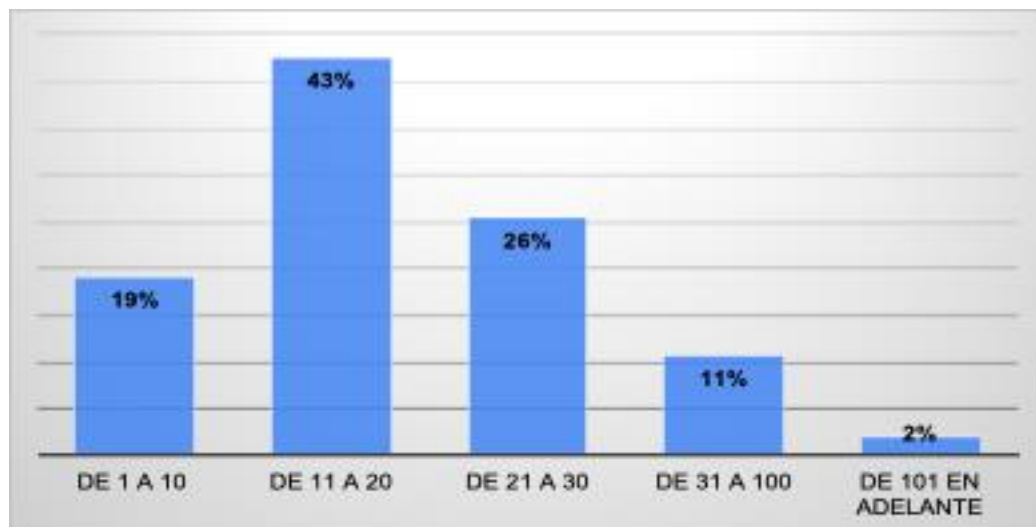
Número de colaboradores de los hoteles



Se observa en la figura 5 que el 4% de ellos cuenta con 50 o más trabajadores, representando los establecimientos más grandes en cuanto a personal, por otro lado, el 22% tiene entre 2 y 5 colaboradores, convirtiéndose en el grupo más representativo, asimismo, se destaca que cerca de la mitad de los hoteles (48%) funcionan con menos de 5 trabajadores, evidenciando el predominio de negocios pequeños en cuanto a número de empleados y el 23% adicional se ubica en el rango de entre 6 y 10 colaboradores. De esta forma, la mayor cantidad de establecimientos hoteleros analizados son mipymes que operan con menos de 10 personas, representando el 71% del total, mientras que solo una minoría del 4% llega a tener 50 o más trabajadores.

Figura 6.

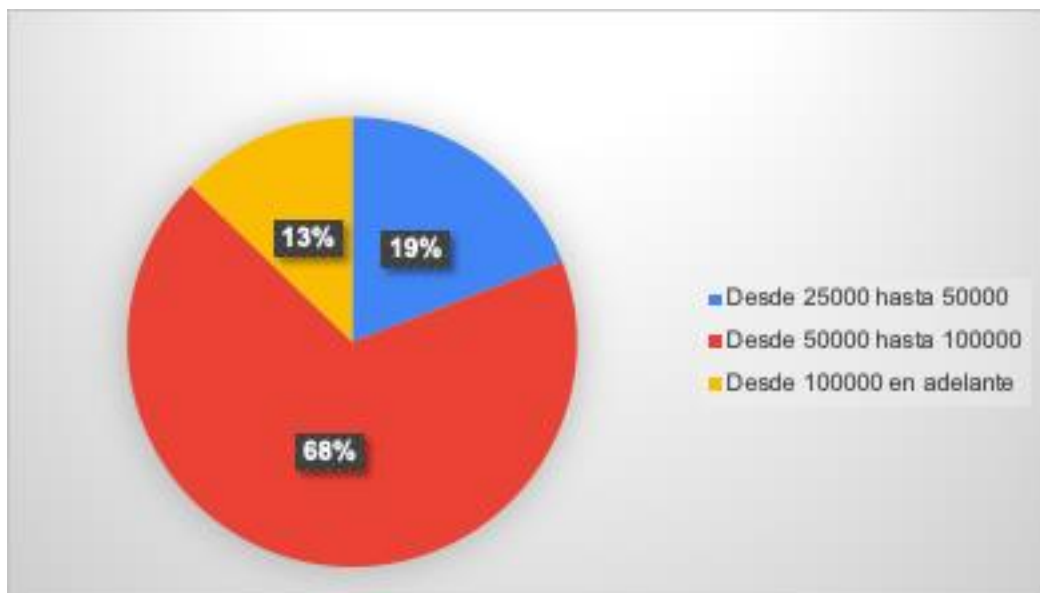
Número de habitaciones de los hoteles



Según la figura 6 de número de habitaciones de los hoteles evaluados, se tiene que el 19% cuenta con una oferta pequeña de entre 1 a 10 cuartos; mientras que el 43% el grupo más representativo tiene de 11 a 20 habitaciones disponibles, asimismo, se observa que el 26% maneja un tamaño de entre 21 a 30 alojamientos, y un 11% entre 31 a 100, finalmente sólo el 2% corresponde a grandes centros de hospedaje con más de 100 habitaciones. En síntesis, la mayor parte de los establecimientos analizados (62%) son mipymes hoteleras con no más de 20 cuartos para alojar huéspedes, evidenciando un claro predominio de la oferta de pequeña y mediana escala en el sector, con solo un porcentaje mínimo de grandes hoteles.

Figura 7.

Tarifa Por Dia/Noche de habitación estándar de los hoteles

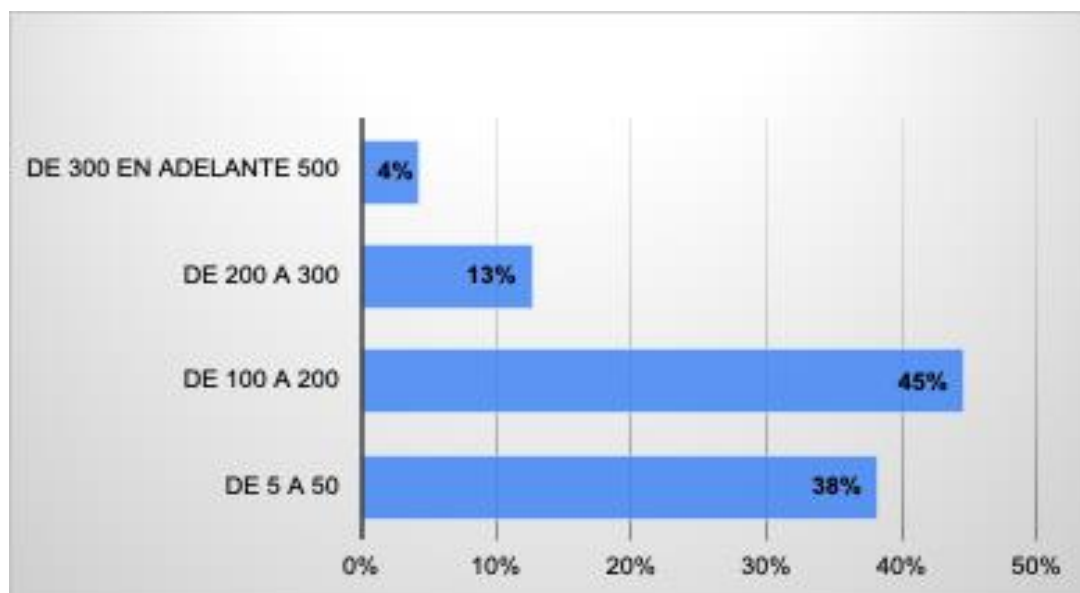


Nota. Valor en pesos colombianos

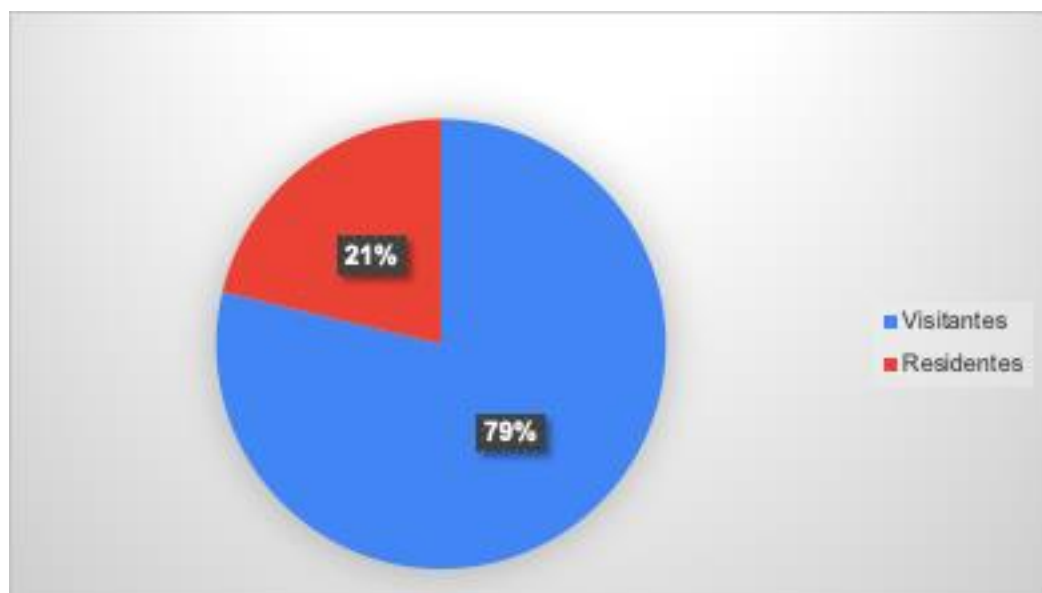
De acuerdo con la figura 7, se evidencia que el 19% tiene un precio bajo que va desde los \$25.000 hasta los \$50.000 pesos la noche, por su parte, el rango de \$50.000 a \$100.000 pesos, que podría considerarse tarifas intermedias, es el más común ya que aplica al 68% de los establecimientos analizados, finalmente, solo el 13% se ubica en una gama alta de precios de más de \$100.000 pesos la noche. En este sentido, la mayoría de los hoteles del estudio (87%) trabaja con tarifas que van desde los \$25.000 a los \$100.000, destacándose la prevalencia de precios medios en el sector hotelero de la zona, con una minoría en los extremos de precios budget o premium.

Figura 8.

Número Promedio De Visitantes Por Mes de los hoteles



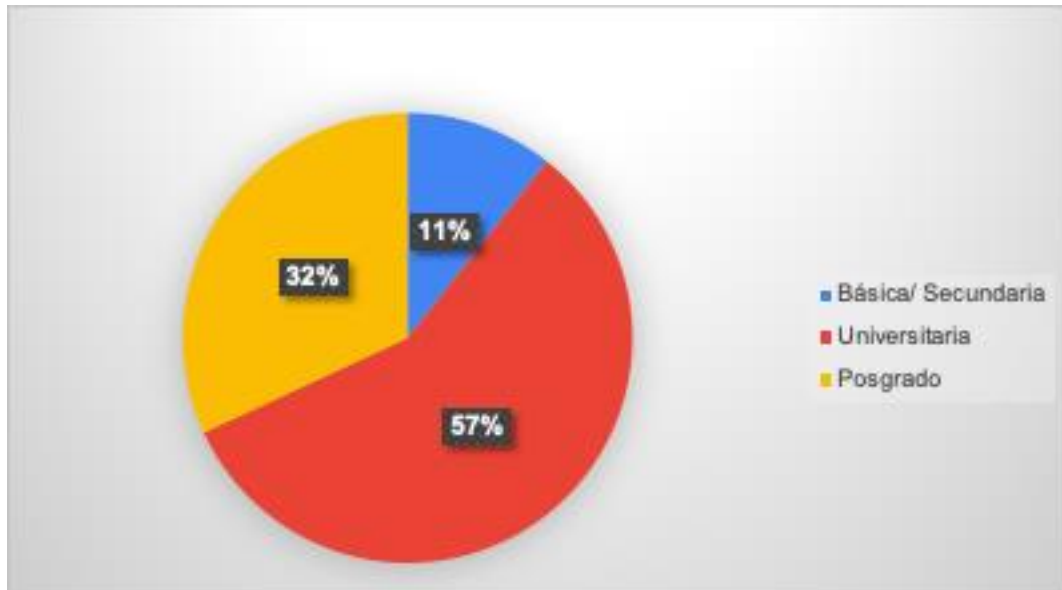
Según la figura 8, se observa que el 38% tiene un flujo relativamente bajo de entre 5 a 50 huéspedes al mes, luego, el 45% se ubica en un nivel intermedio de afluencia con 100 a 200 visitantes por mes, representando al grupo más numeroso, asimismo, el 13% refleja una buena cantidad de entre 200 a 300 huéspedes mensuales y sólo el 4% corresponde a hoteles de alta demanda, con 300 o más visitas mensuales. En síntesis, la mayoría de los establecimientos analizados (83%) recibe entre 5 y 200 huéspedes al mes, con menos de la mitad (45%) ubicándose en un promedio de 100 a 200 visitantes, lo que permite caracterizar la afluencia promedio en el sector hotelero de la zona de céntrica de Pereira.

Figura 9.*Origen De Los Visitantes de los hoteles*

Según la figura 9, se observa un claro predominio de los turistas, representando el 79% del total de la afluencia hotelera de la zona. Esto quiere decir que cerca de 8 de cada 10 huéspedes provienen de otras regiones o países, por otro lado, una proporción minoritaria corresponde a residentes locales, siendo apenas el 21% de los visitantes. En conclusión, la composición mayoritaria de la demanda hotelera del área evaluada está dada por turistas, mientras que menos de una cuarta parte está constituida por pernoctaciones de residentes, lo que permite caracterizar el origen y comportamiento de los visitantes en el sector hotelero del área de estudio.

Figura 10.

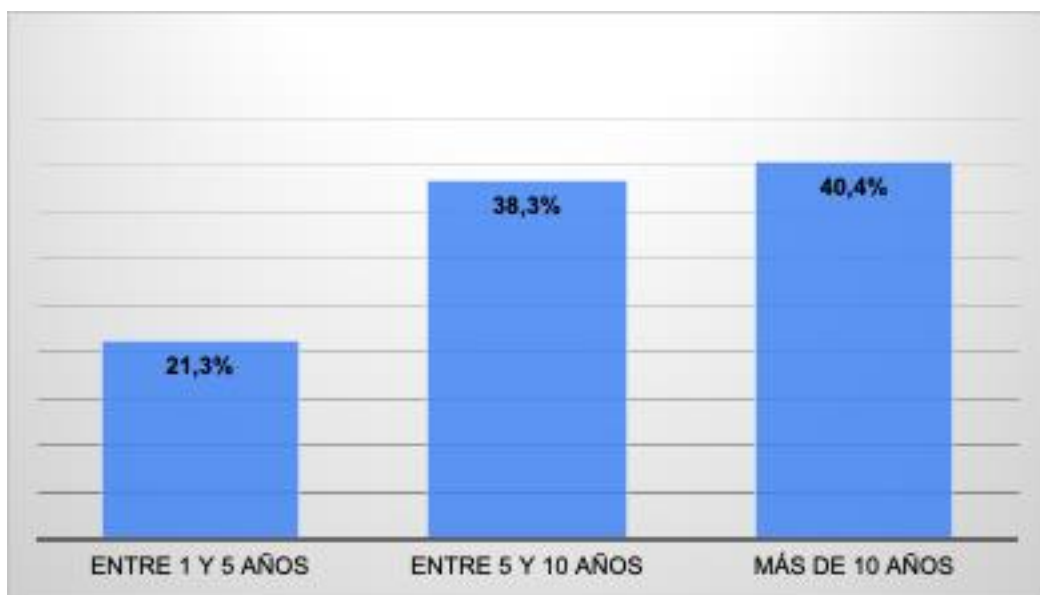
Nivel educativo del gerente/dueño/encargado/tomador de decisiones de hotel



Se observa en la figura 10 que el nivel educativo de los gerentes o tomadores de decisiones en los hoteles, se tiene que sólo el 11% cuenta únicamente con educación básica o secundaria, por su parte, la mayoría equivalente al 57% tiene formación universitaria completa, asimismo, un porcentaje importante del 32% ha realizado estudios de posgrado. En síntesis, cerca del 90% de quienes toman las decisiones en los hoteles evaluados posee educación superior, ya sea universitaria o de posgrado, lo cual representa un alto nivel de cualificación académica. Esto evidencia que el sector cuenta con líderes y administradores con amplia preparación y credenciales formales, aún en pequeños y medianos establecimientos. Sólo una minoría tiene educación escolar únicamente.

Figura 11.

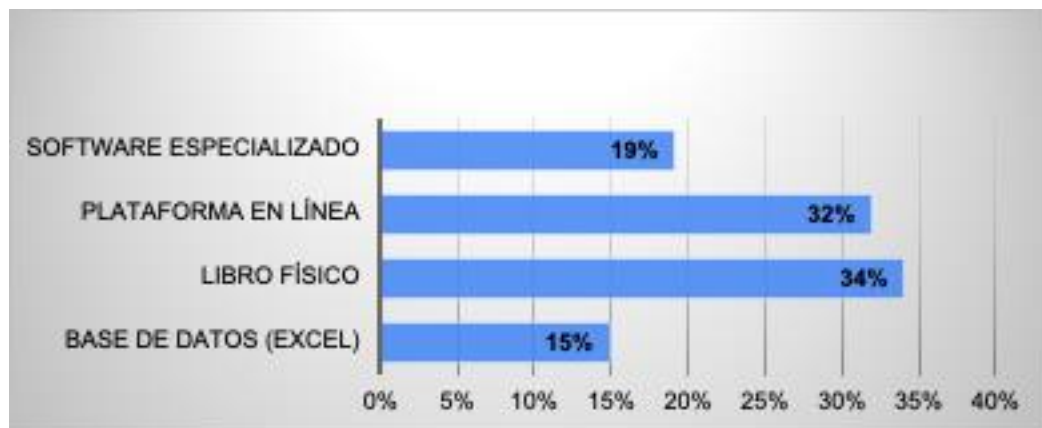
Años de experiencia del gerente/dueño/encargado/tomador de decisiones del hotel



Se evidencia en la figura 11, que los años de experiencia de los líderes hoteleros, se tiene que el 21,3% de ellos tiene entre 1 y 5 años en el sector, otro grupo importante, el 38,3%, cuenta con una experiencia intermedia de 5 a 10 años en hotelería y quienes llevan más de 10 años en el negocio representan el 40,4%. En conclusión, la mayoría de los tomadores de decisiones en los hoteles evaluados (78,7%) posee 5 o más años desarrollándose en el rubro hotelero. Esto indica que, aunque dirigen principalmente pequeñas y medianas empresas, estos líderes cuentan con una amplia experiencia y conocimiento del negocio. Solo el 21,3% es relativamente nuevo manejando empresas de alojamiento turístico en la zona.

Figura 12.

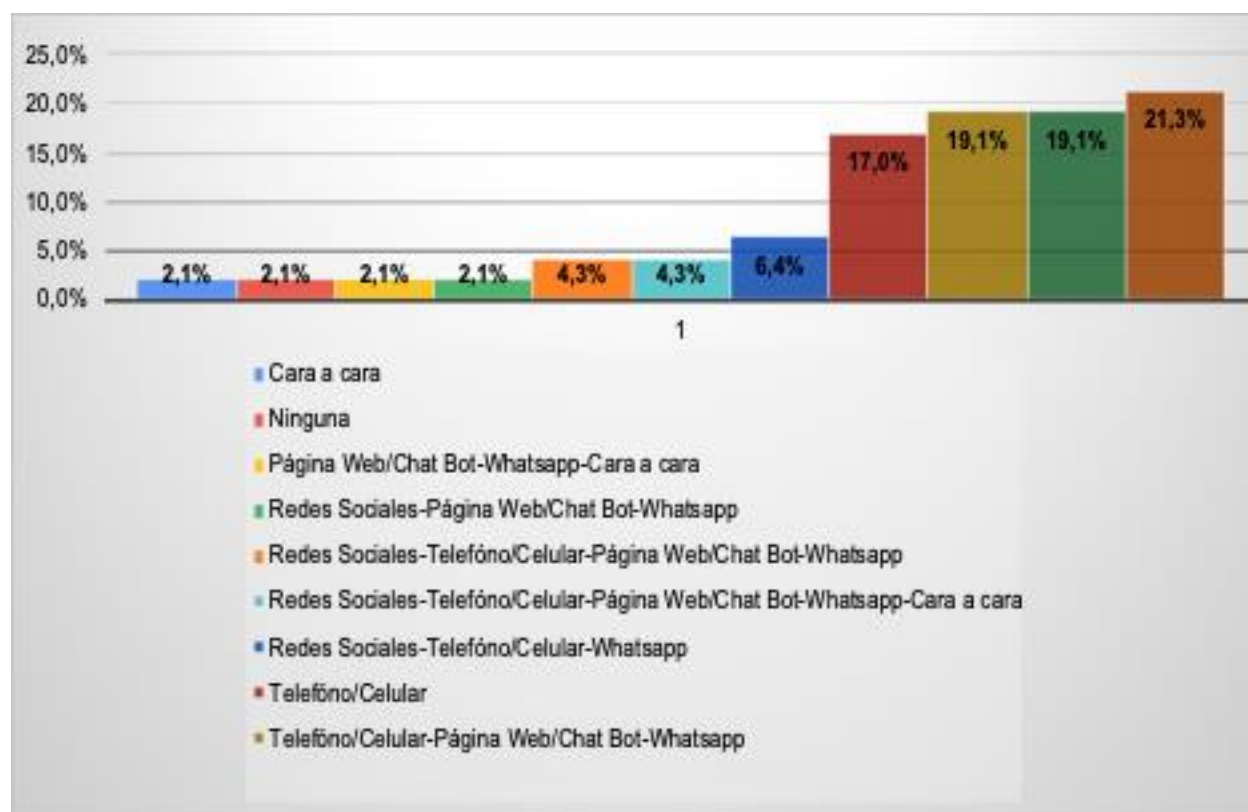
Herramienta para el registro de los clientes



Según observa en la figura 12, la forma más común de registrar los clientes en los hoteles es a través de un libro físico, utilizado por el 34% de los establecimientos, la segunda opción más popular son las plataformas en línea, empleadas por el 32%, por otro lado, el 19% usa softwares especializados para este fin, mientras que el 15% lleva los registros en bases de datos de Excel. Esto demuestra que, aunque una importante proporción del 34% aún realiza el procedimiento de forma manual en libros, la mayoría de los hoteles (66%) ha adoptado opciones digitales para llevar el registro de sus huéspedes. Dentro de las tecnologías utilizadas destacan tanto las plataformas web (32%) como los softwares especializados (19%), además del 15% que usa Excel, lo que muestra un avance en la adopción de soluciones digitales para optimizar procesos administrativos clave como este en los hoteles de la zona céntrica de Pereira.

Figura 13.

Medios utilizados para comunicarse con los clientes

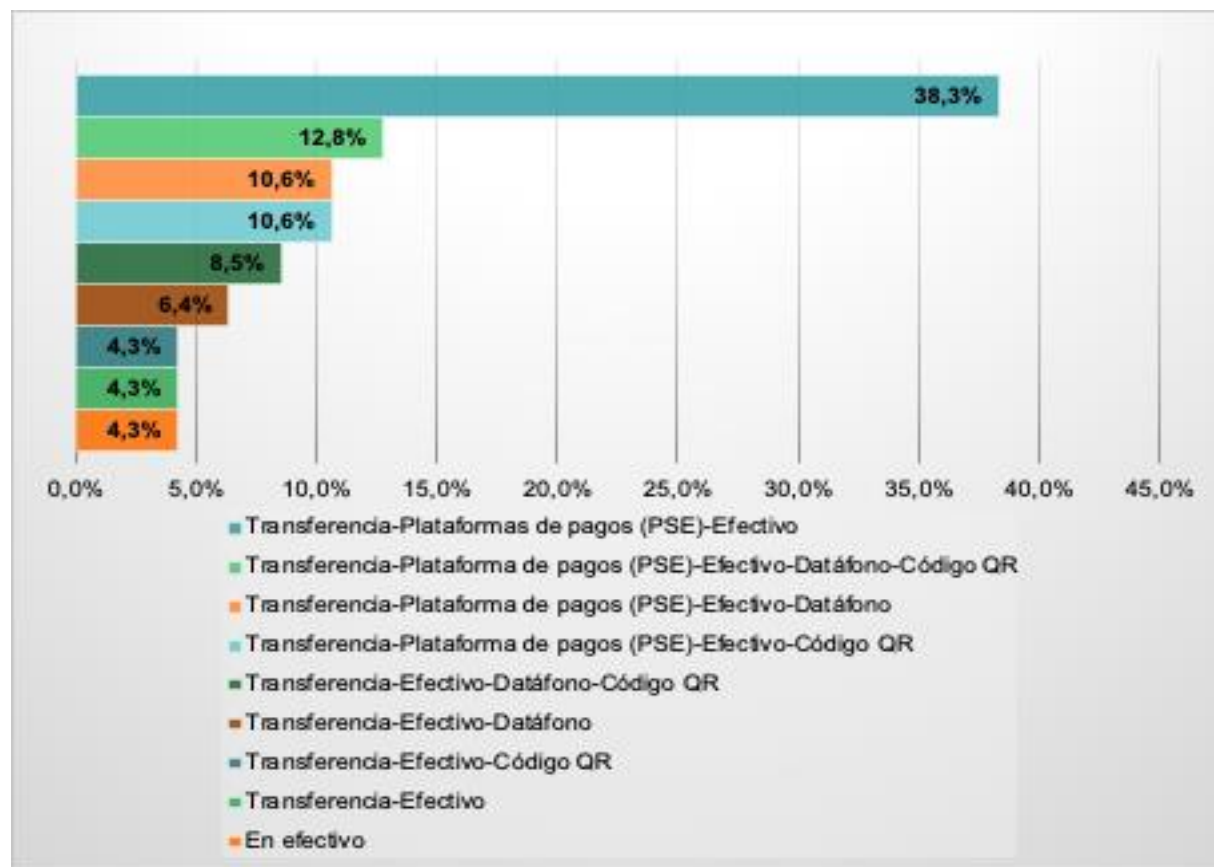


Se aprecia en la figura 13 que los medios de comunicación que los hoteles utilizan para interactuar con sus huéspedes son el canal WhatsApp como el más popular, siendo usado por el 21,3% de los establecimientos, le siguen en una cercana segunda posición tanto la opción de teléfono/celular combinado con WhatsApp, como teléfono/celular junto a página web y Chatbot, ambos con un 19,1%., por su parte, el 17% se comunica solo vía telefónica. Más abajo se ubican las alternativas multicanales, que combinan distintas tecnologías como redes sociales, páginas web, WhatsApp y llamadas telefónicas, las cuales en conjunto suman un 15,2% y pocos hoteles dicen no tener medios de comunicación con huéspedes (2,1%) o sólo usar cara a cara (2,1%). Se puede precisar que, la totalidad de los hoteles evaluados cuenta con canales, principalmente

digitales (redes, web, WhatsApp) para interactuar con sus visitantes, lo que demuestra un avanzado nivel de adopción de tecnologías para fines de servicio al cliente.

Figura 14.

Medios disponibles para recibir pagos de los clientes

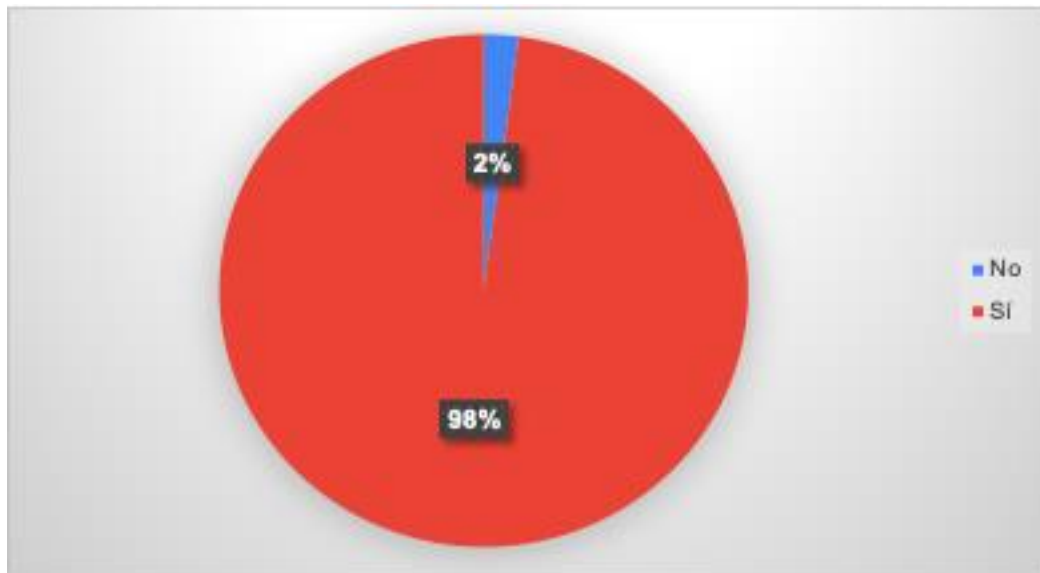


Según se observa en la figura 14, los medios de pago disponibles en los hoteles evaluados, la opción más común es la combinación de transferencias bancarias, plataformas PSE y pago en efectivo, presente en el 38,3% de los establecimientos, le sigue la posibilidad de recibir pagos vía transferencias, PSE, efectivo más datáfono y código QR, disponible en el 12,8% y otras alternativas con múltiples métodos incluyen distintas combinaciones de transferencias electrónicas, plataformas de pago, efectivo, datáfonos y QR. Por otro lado, solo el 4,3% de hoteles acepta pagos únicamente en efectivo. En conclusión, la amplia mayoría de establecimientos hoteleros evaluados (95,7%) cuenta con medios de pago digitales para recibir el

dinero de servicios, destacando las transferencias bancarias y plataformas electrónicas como PSE, esto demuestra un avanzado nivel de adopción de opciones de pago digitales y métodos alternativos al efectivo en el sector.

Figura 15.

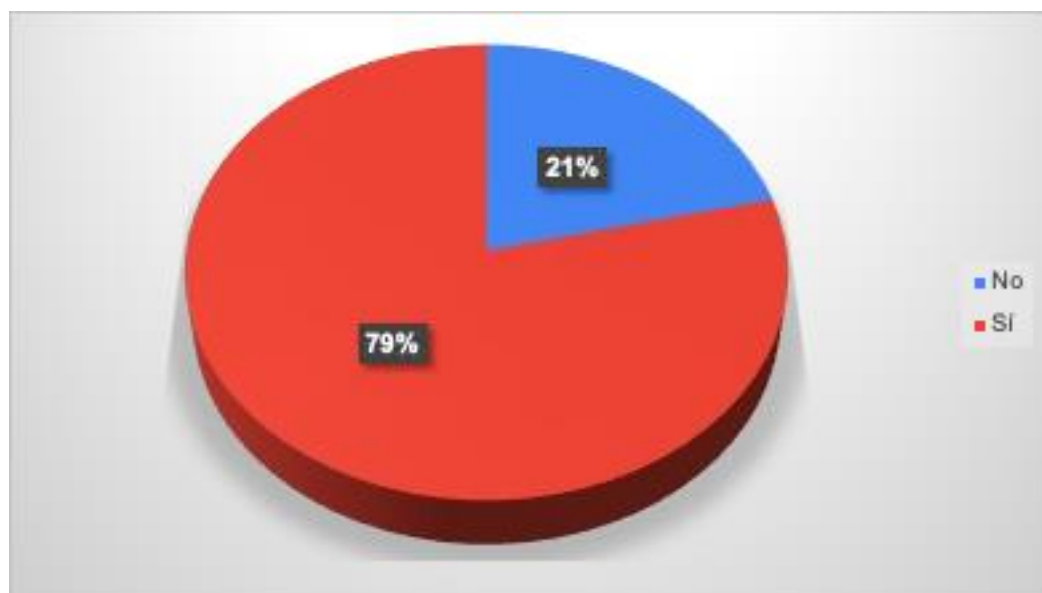
Instalaciones con un sistema de seguridad



Según la figura 15, sobre la implementación de sistemas de videovigilancia en los hoteles evaluados, se tiene que la gran mayoría equivalente al 98% cuenta actualmente con cámaras de seguridad instaladas en sus locaciones, esto demuestra un muy alto nivel de adopción de esta tecnología, la cual probablemente sea imperativa para la mayoría de los huéspedes al momento de elegir un sitio para hospedarse. Por otro lado, sólo el 2% de los establecimientos indica no disponer aún de este tipo de sistemas, constituyendo una minoría. En conclusión, prácticamente la totalidad de los hoteles estudiados ha incorporado cámaras de vigilancia, reflejando la integración extensiva de estas soluciones tecnológicas para fines de seguridad en las instalaciones hoteleras de la zona.

Figura 16.

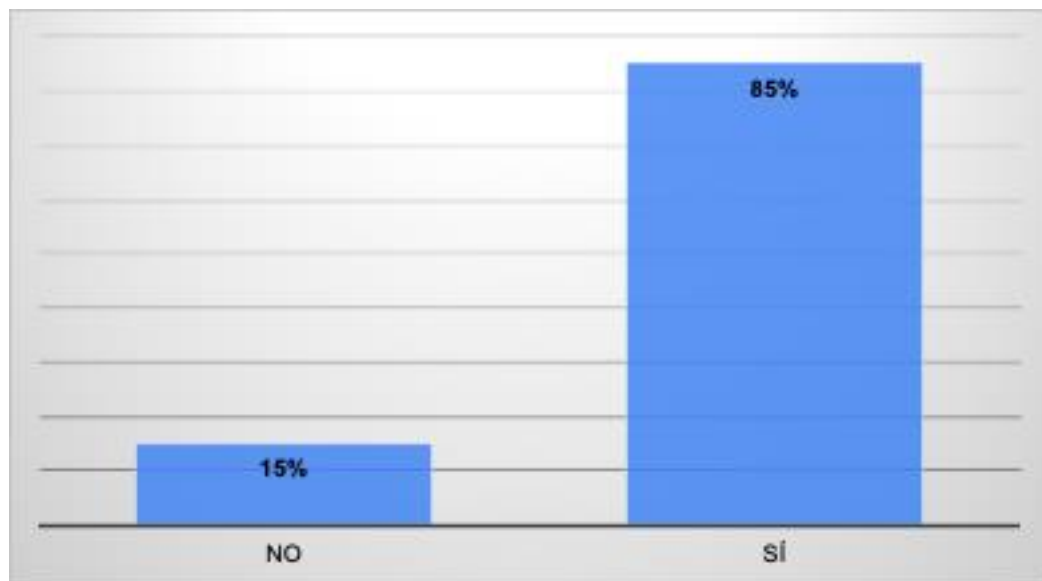
Conectividad WIFI en el hotel



Según se parecía en la figura 16, la disponibilidad de wifi para huéspedes en los hoteles, se observa que el 79% de ellos brinda actualmente este servicio de conectividad en sus instalaciones, esto equivale a cerca de 8 de cada 10 establecimientos que ya cuentan con infraestructura de red inalámbrica para sus visitantes, por otro lado, el 21% de los hoteles aún no provee wifi, constituyendo una minoría. En síntesis, a pesar de que aproximadamente una quinta parte de los establecimientos no ha adoptado aún este servicio, la gran mayoría (79%) ya permite a sus huéspedes conectarse a internet de forma inalámbrica, esto pone de manifiesto un nivel significativo de integración de tecnologías wifi en los hoteles de la zona, facilitando la conectividad que la mayoría de los viajeros actuales consideran indispensable durante sus estadías.

Figura 17.

Uso De Tecnologías Digitales en el hotel



Según se observa en la figura 17, el 85% de los hoteles evaluados indica actualmente hacer uso de algún tipo de tecnología digital en sus empresas, mientras que el 15% señala no utilizar este tipo de soluciones, esto significa que la gran mayoría, equivalente a 85 de cada 100 establecimientos hoteleros, ha adoptado herramientas tecnológicas para optimizar sus procesos. Dado que la muestra se enfoca en pequeñas y medianas empresas hoteleras, estas cifras demuestran un nivel relativamente alto de integración de tecnologías digitales en este segmento empresarial. Aunque existe aún un porcentaje mínimo (15%) que no ha incorporado dichas soluciones, es evidente que la mayoría de los hoteles ya se encuentran en una fase de adopción digital en distintos ámbitos de sus empresas, esto brinda una perspectiva sobre la asimilación actual de tecnologías en las pymes hoteleras de la zona bajo análisis.

Conclusiones sobre la caracterización

La caracterización de los hoteles del centro de Pereira revela varios aspectos importantes, uno de ellos es la antigüedad y consolidación del sector indican que la mayoría de los hoteles

tienen entre 5 y más de 10 años en funcionamiento, lo que sugiere una trayectoria y experiencia significativas en el mercado, este nivel de madurez podría facilitar la adopción de innovaciones y mejores prácticas en la industria. Además, se destaca el predominio de pequeñas y medianas empresas en el sector, esta estructura empresarial centrada en negocios de pequeña y mediana escala puede influir en términos de recursos, capacidades y desafíos específicos que enfrentan estas empresas.

En cuanto a las tarifas y afluencia promedio, la mayoría de los hoteles ofrece tarifas con una prevalencia de precios medios, y recibe entre 5 y 200 huéspedes al mes, lo que permite caracterizar la dinámica del sector en términos de precios y afluencia, por último, el perfil de los gerentes muestra un alto nivel de cualificación académica y experiencia en el sector hotelero, lo que sugiere una sólida formación y conocimiento del negocio. Además, el enfoque en el turismo se destaca, ya que el 79% de los visitantes provienen de otras regiones o países, lo que indica una fuerte orientación al turismo en el sector hotelero del centro de Pereira, lo cual podría implicar la necesidad de servicios y estrategias específicas para atender las necesidades y expectativas de este tipo de huéspedes.

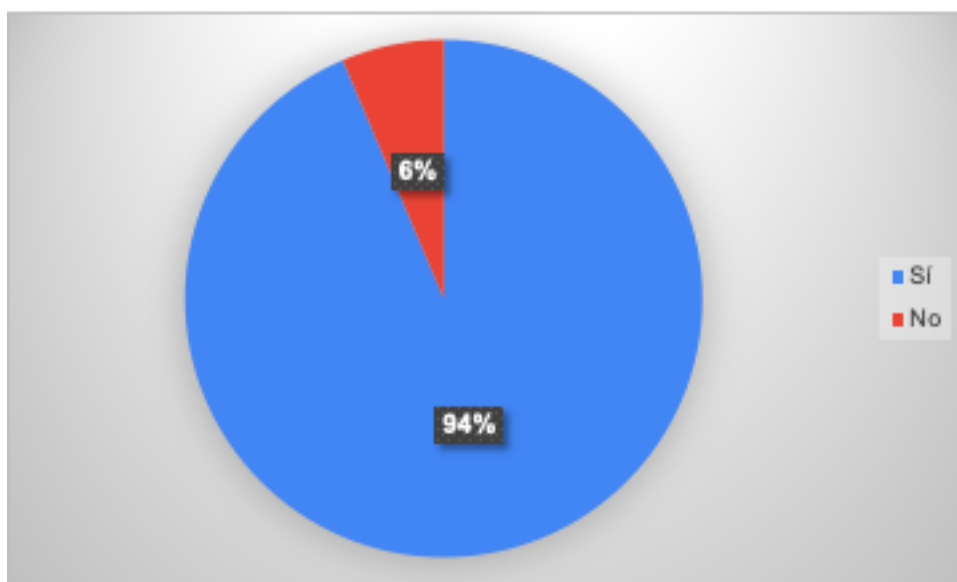
Finalmente, se puede afirmar que, estos se ven influenciados por diversos elementos como la conectividad a internet y la disponibilidad de infraestructura tecnológica son vitales para la integración de soluciones digitales, como lo demuestra la alta tasa de adopción de WiFi y sistemas de seguridad por videovigilancia. Por otro lado, las demandas y expectativas de los clientes están impulsando la adopción de tecnologías en áreas de contacto directo, como la comunicación y los medios de pago.

Factores determinantes de la adopción tecnológica

En este punto se abordan los resultados referentes al establecimiento de los factores que influyen o intervienen en la adopción tecnológica en los hoteles, la cual se apoya en la información encontrada en el trabajo de campo realizado y que permite comprender como se ve influida la dinámica en el nivel de adopción tecnológica en los hoteles.

Figura 18.

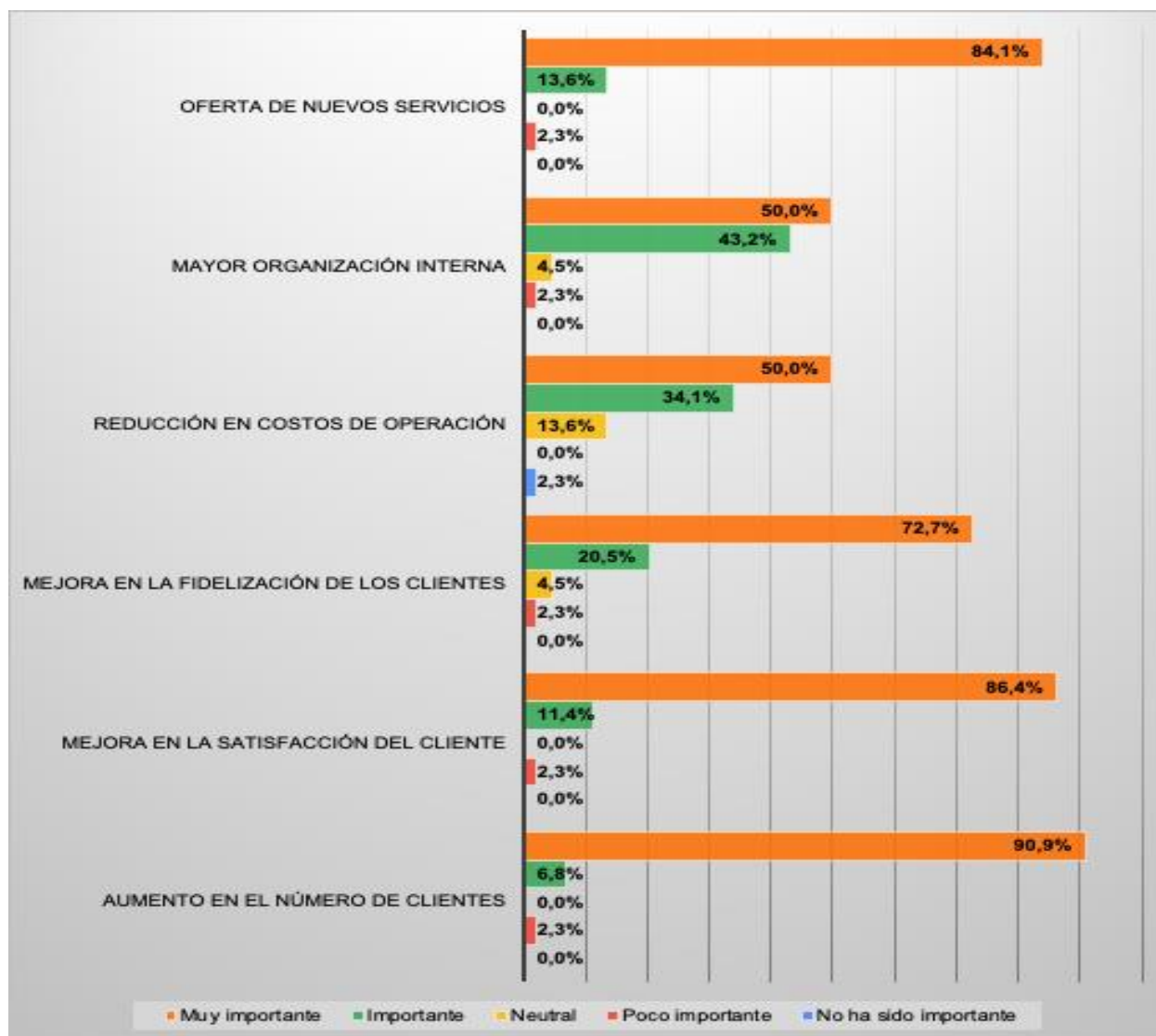
Influencia positiva en la incorporación de tecnologías digitales



En la figura 18 se observa que el 94% de las empresas considera que la incorporación de tecnologías digitales ha marcado una diferencia positiva en su empresa, mientras que el 6% indica lo contrario. En este caso la mayoría de las empresas que respondieron sí sugiere que la adopción de tecnologías digitales ha tenido un impacto positivo en sus operaciones y resultados empresariales, esto respalda la idea de que la incorporación de tecnologías digitales puede ser beneficiosa para las empresas en términos de eficiencia, competitividad y satisfacción del cliente.

Figura 19.

Aspectos relevantes para la adopción de herramientas digitales



En la figura 19 se observa el impacto positivo derivado del uso de tecnologías digitales en diferentes aspectos, en primer lugar, se identifican las opciones calificadas como "Muy importante": Aumento en el número de clientes (90,9%), Mejora en la satisfacción del cliente (86,4%), y Mejora en la fidelización de los clientes (72,7%). A continuación, se encuentran las opciones calificadas como "Importante": Reducción en costos de operación (50,0%). Además, se destacan las siguientes opciones calificadas como "Muy importante": Mayor organización

interna (50,0%) y Oferta de nuevos servicios (84,1%). En conclusión, las tecnologías digitales han tenido un impacto positivo en todos los aspectos analizados, en este caso las opciones calificadas como "Muy importante" son aquellas que tienen un mayor impacto en el crecimiento y la rentabilidad de las empresas. Por lo tanto, es recomendable que las empresas inviertan en tecnologías digitales para mejorar su eficiencia, productividad y competitividad en el mercado, asimismo, se sugiere que definan una estrategia clara para la adopción de tecnologías digitales alineada con sus objetivos de negocio, y capaciten a su personal para utilizarlas de manera eficaz.

Figura 20.

Principales incentivos para la adopción de Tecnologías Digitales



Según la figura 20, los principales incentivos para la adopción de tecnologías digitales en el sector hotelero son: mejorar la experiencia del cliente / mejora del servicio, ofrecer nuevos servicios y mejorar los márgenes de ganancias / reducción de costos. El incentivo con el mayor porcentaje, un 76%, es mejorar la experiencia del cliente y el servicio. Para el sector hotelero, es crucial brindar una experiencia excepcional a los clientes, y las tecnologías digitales pueden

ayudar a lograrlo al proporcionar soluciones intuitivas y personalizadas. El segundo incentivo más relevante, con un porcentaje del 68%, es ofrecer nuevos servicios.

La adopción de tecnologías digitales permite a los hoteles ampliar su oferta de servicios y proporcionar experiencias innovadoras a sus clientes. Por último, mejorar los márgenes de ganancias y reducir costos obtuvo un porcentaje del 60%. Las tecnologías digitales pueden ayudar a los hoteles a mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y optimizar los márgenes de ganancias. Aunque también se mencionan otros incentivos como mejorar las relaciones con proveedores y/o socios y diferenciarse de la competencia / mejora en el posicionamiento de la marca, estos tienen un porcentaje menor según los datos proporcionados.

Con los resultados anteriores, se establecieron en la tabla 1 la siguiente caracterización de la adopción tecnológica en la ciudad de Pereira.

Tabla 1.

Caracterización de la adopción tecnológica en los hoteles de Pereira

Factor	Descripción	% Adopción/Uso	Herramientas más utilizadas
Conectividad a internet	La disponibilidad de conexión a internet (WiFi) en los hoteles facilita la adopción de diversas tecnologías digitales.	79% ofrece WiFi	N/A
Medios de comunicación con clientes	La utilización de canales digitales (redes sociales, WhatsApp, páginas web) para comunicarse con los clientes impulsa la adopción de tecnologías en este ámbito.	100% usa canales digitales	WhatsApp (21,3%), Tel+WhatsApp (19,1%), Tel+Web+Chatbot (19,1%)
Medios de pago digitales	La aceptación de medios de pago electrónicos (transferencias, plataformas PSE, datáfonos) promueve la adopción de tecnologías en este proceso.	95,7% acepta pagos digitales	Transferencias+PSE+Efectivo (38,3%)

Sistemas de seguridad	La implementación de sistemas de videovigilancia (cámaras de seguridad) refleja la adopción de soluciones digitales en el área de seguridad.	98% tiene cámaras de seguridad	N/A
Registro de huéspedes	El uso de herramientas digitales (plataformas en línea, software especializado, bases de datos) para el registro de clientes evidencia la adopción de tecnologías en procesos administrativos.	66% usa opciones digitales	Plataformas en línea (32%), Software especializado (19%), Excel (15%)

Se observa que los anteriores elementos de la tabla 1, son relevantes ante la adopción de tecnologías en áreas estratégicas, aunque existe margen para una mayor integración, especialmente en los procesos internos, los hoteles están conscientes de los beneficios y se están adaptando a las demandas del mercado, sin embargo, factores como recursos, infraestructura y capacidades pueden influir en el ritmo de adopción y una visión integral que aborde estos elementos puede impulsar una transformación digital más profunda y sostenible en el sector hotelero. Además de los elementos ya identificados en la tabla 1, se pueden considerar algunos factores adicionales que podrían influir en la adopción de tecnologías digitales en los hoteles y que llegan a ser relevantes para entender los impulsores y barreras en la adopción de tecnologías digitales en los hoteles del sector centro de Pereira los cuales se observan en la siguiente tabla:

Tabla 2.

Algunos factores determinantes de la adopción tecnológica en los hoteles de Pereira

Factor	Descripción
Disponibilidad de recursos financieros	Contar con los recursos económicos suficientes para invertir en tecnologías digitales es un factor clave, especialmente en hoteles pequeños y medianos.
Conocimientos y habilidades tecnológicas del personal	La disposición y capacidades del personal para utilizar nuevas tecnologías puede facilitar o dificultar su adopción en los hoteles.

Infraestructura tecnológica existente	La disponibilidad de una infraestructura tecnológica adecuada en el hotel, como redes, hardware y software, puede facilitar la adopción de nuevas soluciones digitales.
Costos iniciales y de mantenimiento de tecnologías digitales	Los costos de implementación y mantenimiento de soluciones tecnológicas pueden ser una barrera para la adopción, especialmente en hoteles pequeños.
Resistencia al cambio por parte del personal	La falta de disposición del personal para adaptarse a nuevas tecnologías puede dificultar su adopción en los hoteles.
Expectativas y demandas de los clientes	Las preferencias y demandas tecnológicas de los huéspedes pueden impulsar la adopción de soluciones digitales específicas en los hoteles.
Competencia y presión del mercado	La competencia en el sector hotelero y la presión del mercado pueden impulsar la adopción de tecnologías digitales para mantener la competitividad.
Beneficios percibidos de la adopción de tecnologías digitales	La comprensión y valoración de los beneficios que brindan las tecnologías digitales por parte de los directivos hoteleros puede impulsar su adopción.
Normativas y regulaciones relacionadas con la tecnología digital	Las normativas y requerimientos legales en temas como protección de datos, seguridad, impuestos, etc. pueden influir en las decisiones de adopción tecnológica.
Apoyo y asesoramiento técnico disponible	Tener acceso a servicios de soporte técnico y asesoría especializada puede facilitar la implementación exitosa de soluciones tecnológicas en los hoteles.
Capacidad de integración con sistemas existentes	La posibilidad de integrar nuevas tecnologías con los sistemas y plataformas ya existentes en los hoteles puede facilitar su adopción.
Seguridad y protección de datos	Las consideraciones de seguridad y protección de datos pueden influir en la adopción de ciertas tecnologías digitales en los hoteles.
Escalabilidad y flexibilidad de las soluciones tecnológicas	La capacidad de las soluciones tecnológicas para adaptarse al crecimiento y cambios en los hoteles puede influir en su adopción.
Innovación y tendencias en el sector hotelero	Las innovaciones y tendencias tecnológicas en la industria hotelera pueden impulsar la adopción de soluciones digitales específicas en los hoteles.

La tabla 2 muestra diversos factores que pueden influir en la adopción de tecnologías digitales en los hoteles, aspectos como la disponibilidad de recursos financieros, la infraestructura tecnológica existente, los conocimientos y habilidades del personal, así como su resistencia al cambio, pueden facilitar u obstaculizar la implementación de soluciones digitales. Además, el acceso a servicios de Internet confiables, los costos iniciales y de mantenimiento, la

capacidad de integración con sistemas actuales, la escalabilidad y flexibilidad de las opciones tecnológicas, son elementos que también moldean las decisiones de adopción. Por otro lado, factores como las expectativas y demandas de los clientes, la competencia en el mercado, las tendencias en el sector hotelero, los beneficios percibidos de las tecnologías digitales, las normativas y regulaciones aplicables, el apoyo técnico disponible, la seguridad y protección de datos, también ejercen una influencia considerable en la incorporación de soluciones tecnológicas en estos establecimientos, con los que se puede tener una visión integral de los diversos elementos que pueden facilitar u obstaculizar la implementación de tecnologías digitales en el sector hotelero de la zona céntrica de Pereira.

Conclusiones de los factores determinantes

En cuanto a los factores determinantes de la adopción tecnológica en el sector hotelero del centro de Pereira, se evidencia que los procesos internos y administrativos, como el registro de huéspedes, muestran una adopción más gradual de soluciones digitales, esto sugiere que factores como los conocimientos y habilidades del personal, la resistencia al cambio y la capacidad de integración con sistemas existentes pueden estar influyendo en la adopción de tecnologías en estas áreas menos visibles para el cliente y otro factor determinante parece ser la percepción de beneficios y la presión competitiva del mercado, lo que ha impulsado la adopción de soluciones como cámaras de seguridad y pagos electrónicos.

Además se muestra que muestra el impacto positivo de la incorporación de tecnologías digitales en las empresas, respaldando su beneficio en eficiencia, competitividad y satisfacción del cliente además, se destaca que las tecnologías digitales influyen positivamente en aspectos clave como el aumento de clientes, la satisfacción y fidelización del cliente, reducción de costos, organización interna y oferta de nuevos servicios, siendo importantes para el crecimiento

empresarial. Sumado a esto se revela que los principales incentivos para la adopción de tecnologías digitales en el sector hotelero son mejorar la experiencia del cliente/servicio, ofrecer nuevos servicios y mejorar los márgenes de ganancias/reducir costos, destacando su relevancia en la industria hotelera.

En conclusión, la adopción tecnológica en el sector hotelero del centro de Pereira está moldeada por una combinación de factores habilitadores, demandas del mercado, percepción de beneficios y presiones competitivas, sin embargo, factores internos relacionados con recursos, infraestructura, conocimientos y habilidades del personal, así como la capacidad de integración, parecen jugar un papel más relevante en la adopción de soluciones digitales en procesos administrativos y operativos internos y una estrategia integral que aborde estos múltiples factores puede impulsar una transformación digital más profunda y sostenible en el sector.

Oportunidades y desafíos

En este apartado se realiza un análisis de las oportunidades y desafíos identificados luego de realizar el análisis a la información recolectada mediante el trabajo de campo y que sentó las bases para que el desarrolla de una matriz DOFA que busque evidenciar las estrategias referentes a una mejor adopción de tecnologías digitales en los hoteles del sector centro de Pereira.

Tabla 3.

Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Falta de Conocimientos Especializados: Puede existir una carencia de personal capacitado en tecnologías digitales dentro de los hoteles, lo que dificulta la 	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la Experiencia del Cliente: La adopción de tecnologías digitales puede permitir a los hoteles ofrecer experiencias

<p>implementación efectiva de soluciones tecnológicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Recursos Limitados: La disponibilidad de recursos financieros limitados puede obstaculizar la inversión en infraestructura tecnológica y en la adquisición de nuevas tecnologías. ● Resistencia al Cambio: La resistencia al cambio por parte de empleados y directivos puede ralentizar la adopción de tecnologías digitales y dificultar la implementación de nuevos procesos. ● Brecha Digital: La disparidad en el acceso y uso de tecnologías digitales entre los hoteles del sector centro de Pereira puede generar desigualdades en la adopción tecnológica. 	<p>personalizadas, servicios innovadores y procesos de reserva más eficientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Optimización de Procesos Internos: Las tecnologías digitales pueden mejorar la eficiencia operativa, la gestión de inventario y la comunicación interna, lo que resulta en una mayor productividad y rentabilidad. ● Competitividad: La adopción de tecnologías digitales puede mejorar la competitividad de los hoteles del sector centro de Pereira al diferenciarse en el mercado y ofrecer servicios de mayor calidad. ● Cumplimiento de Normativas: La implementación de tecnologías digitales puede ayudar a los hoteles a cumplir con regulaciones gubernamentales y normativas del sector, garantizando la seguridad y protección de datos.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Trayectoria y consolidación: La mayoría de los hoteles tienen más de 5 años de 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Competencia: La competencia en el sector hotelero puede presionar a los hoteles del

<p>funcionamiento, lo que indica una trayectoria y consolidación en el mercado. Esto les brinda experiencia y conocimiento acumulado, lo que puede facilitar la adopción de innovaciones y mejores prácticas en la industria hotelera.</p> <ul style="list-style-type: none">● Cualificación de los gerentes: Los líderes y tomadores de decisiones en los hoteles cuentan con un alto nivel de cualificación académica y experiencia en el sector hotelero. Esto les proporciona una sólida formación y conocimiento del negocio, lo que puede contribuir a una gestión eficiente y efectiva de los hoteles.● Enfoque en el turismo: El sector hotelero está fuertemente orientado al turismo, con un alto porcentaje de visitantes provenientes de otras regiones o países. Esto crea oportunidades para desarrollar servicios y estrategias específicas que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas.	<p>sector centro de Pereira a adoptar tecnologías digitales para no quedarse rezagados en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none">● Cambios en las Preferencias del Cliente: Las cambiantes preferencias de los clientes hacia experiencias digitales y servicios personalizados pueden representar una amenaza para los hoteles que no se adaptan tecnológicamente.● Incertidumbre Económica: Factores económicos externos, como fluctuaciones en la economía local o global, pueden afectar la capacidad de los hoteles para invertir en tecnologías digitales.
--	--

Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades)

Desarrollar programas de capacitación y entrenamiento para el personal en el uso y aplicación de tecnologías digitales, aprovechando los beneficios que estas pueden brindar en la mejora de la experiencia del cliente y la optimización de procesos internos.

Explorar opciones de financiamiento y programas de apoyo gubernamental o de asociaciones del sector para obtener recursos necesarios para invertir en infraestructura tecnológica y adoptar soluciones digitales que permitan mejorar la competitividad y cumplir con normativas.

Implementar programas de gestión del cambio y comunicación interna para motivar a los empleados y directivos a adoptar nuevas tecnologías, resaltando los beneficios tangibles que estas pueden traer al negocio y facilitando su comprensión y uso.

Estrategias DA (Debilidades-Amenazas)

Desarrollar alianzas estratégicas con proveedores de tecnología o expertos en el área para obtener asesoramiento técnico y acceder a soluciones digitales innovadoras que permitan a los hoteles mantenerse competitivos y adaptarse a las cambiantes preferencias de los clientes.

Establecer planes de inversión tecnológica a mediano y largo plazo, considerando la incertidumbre económica, para garantizar la actualización y modernización gradual de la infraestructura y procesos digitales en los hoteles.

Fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los hoteles del sector centro de Pereira, con el objetivo de reducir la brecha digital y promover la adopción de mejores prácticas tecnológicas que les permitan mantenerse competitivos frente a las amenazas del mercado.

Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades)

Aprovechar la ubicación estratégica de los hoteles en el sector centro de Pereira para implementar soluciones digitales innovadoras que mejoren la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, posicionándose como líderes en el mercado y diferenciándose de la competencia.

Capitalizar el historial de innovación de algunos hoteles para impulsar la adopción de tecnologías digitales en el sector, promoviendo la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los establecimientos, con el fin de optimizar los procesos internos, mejorar la competitividad y cumplir con las normativas vigentes.

Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas)

Utilizar la ubicación estratégica de los hoteles como una ventaja competitiva, implementando soluciones digitales que les permitan mantenerse a la vanguardia y satisfacer las cambiantes preferencias de los clientes, anticipándose a la competencia en el sector.

Aprovechar el historial de innovación de algunos hoteles para desarrollar estrategias tecnológicas que les permitan adaptarse a los cambios económicos y mantener su competitividad en el mercado, incluso en tiempos de incertidumbre económica.

Fomentar la colaboración entre los hoteles del sector centro de Pereira para compartir conocimientos y mejores prácticas en la adopción de tecnologías digitales, fortaleciendo la competitividad del sector en su conjunto frente a las amenazas de la competencia y los cambios en las preferencias de los clientes.

Conclusiones sobre las oportunidades y desafíos

La adopción de tecnologías digitales en los hoteles del sector centro de Pereira presenta oportunidades significativas, en la consolidación y la experiencia en el sector proporcionan una

base sólida para la implementación de innovaciones tecnológicas, esta situación brinda a los hoteles la posibilidad de mejorar la eficiencia operativa, optimizar los procesos de reserva y gestión de inventario, y ofrecer una experiencia más personalizada a los huéspedes, además, la adopción de tecnología puede contribuir a mejorar la comunicación interna y externa, así como a recopilar y analizar datos para una toma de decisiones más informada.

No obstante, existen desafíos que deben afrontarse para lograr una exitosa adopción de tecnologías digitales con la limitación de recursos y capacidades en los hoteles del sector es uno de los principales obstáculos, dado que muchos de estos establecimientos son pequeñas y medianas empresas con presupuestos limitados, la inversión en tecnología y la contratación de personal especializado pueden resultar difíciles y para superar este desafío, es crucial que los hoteles busquen soluciones tecnológicas accesibles y adaptables a sus necesidades, además de explorar posibles alianzas o programas de capacitación que les permitan adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para implementar y aprovechar al máximo la tecnología.

Además, la aceptación y adaptación al cambio por parte del personal y los huéspedes pueden representar otro desafío, la introducción de nuevas tecnologías puede requerir una curva de aprendizaje para el personal y generar resistencia al cambio, por lo tanto, es fundamental brindar capacitación y apoyo adecuados para garantizar una transición suave y una adopción exitosa, asimismo, es importante considerar las preferencias y necesidades de los huéspedes al implementar tecnología, asegurándose de que mejore su experiencia en lugar de generar frustración o alienación y la comunicación efectiva y la participación de todos los actores involucrados son esenciales para superar estos desafíos y garantizar una implementación exitosa de tecnologías digitales en los hoteles.

En conclusión, los hoteles del sector centro de Pereira tienen la oportunidad de aprovechar las tecnologías digitales para mejorar su competitividad y brindar una experiencia de calidad a los huéspedes. La consolidación del sector, junto con el enfoque en el turismo, crea un entorno propicio para la adopción de tecnología y la mejora de procesos y servicios. Sin embargo, es importante abordar los desafíos relacionados con la limitación de recursos, la capacitación del personal y la aceptación del cambio y con una planificación estratégica, una implementación cuidadosa y un enfoque centrado en las necesidades de los huéspedes, los hoteles del sector centro de Pereira pueden aprovechar al máximo las oportunidades que brindan las tecnologías digitales y mantenerse a la vanguardia en la industria hotelera

Conclusiones

Según los resultados obtenidos en el estudio, se puede concluir que el nivel de adopción tecnológica en las mipymes del sector hotelero del centro de Pereira es variable. Se observó que la mayoría de los hoteles evaluados han incorporado diversas soluciones digitales, aunque con diferentes niveles de adopción según el área, sin embargo, aún existe un espacio considerable para seguir avanzando en este sentido. Se identificaron factores como la falta de conocimientos y recursos, así como la resistencia al cambio, como posibles obstáculos para la implementación de estas tecnologías.

La adopción tecnológica ha tenido una influencia significativa en las mipymes del sector hotelero del centro de Pereira, esto evidencia la importancia de la digitalización como una estrategia para mejorar la productividad y competitividad en el sector. Además, estas pymes utilizan diversas tecnologías digitales, tales como sistemas de reservas en línea, plataformas de gestión hotelera, herramientas de automatización de procesos, canales de comunicación electrónica con los clientes, entre otros, estas tecnologías les permiten mejorar la eficiencia operativa, optimizar la gestión de reservas y proporcionar una experiencia más personalizada a sus huéspedes.

Por su parte, en la adopción de tecnologías se observa que influyen diversos factores, entre ellos se destacan la disponibilidad de recursos económicos para invertir en tecnología, el conocimiento y la capacitación del personal en el manejo de las herramientas digitales, la resistencia al cambio por parte de los empleados y la percepción de los beneficios que las tecnologías pueden aportar a la empresa. En este caso se presentan tanto oportunidades como desafíos, las oportunidades incluyen la mejora de la competitividad y diferenciación en el mercado, la optimización de los procesos operativos, la personalización de los servicios y la

captación de nuevos clientes a través de canales digitales, sin embargo, también se enfrentan desafíos como el alto costo de implementación y mantenimiento de las tecnologías, la falta de conocimientos y habilidades tecnológicas en el personal, y la necesidad de superar resistencias internas al cambio.

En este orden de ideas, se destaca la necesidad de una transformación digital integral para mejorar la productividad y competitividad de este sector, aprovechando al máximo las tecnologías disponibles, es fundamental que las mipymes del sector hotelero reconozcan las oportunidades que brinda la adopción de tecnologías digitales y superen los desafíos asociados para impulsar su crecimiento en un entorno cada vez más digitalizado.

En el desarrollo del anterior ejercicio, se encontró evidencia que respalda la validez de las siguientes hipótesis planteadas, para H1, se identificaron desafíos importantes para la adopción de tecnologías en los hoteles de Pereira, estos desafíos pueden incluir la resistencia al cambio, la falta de conocimientos y habilidades tecnológicas, así como la inversión requerida para implementar y mantener las nuevas tecnologías, para H2: Se confirmó que la adopción de nuevas tecnologías representa un alto costo para la gran mayoría de los pequeños hoteles. Esto puede deberse a los gastos asociados con la adquisición de equipos y software, la capacitación del personal y la infraestructura necesaria para la implementación de las tecnologías.

Además, para H4, se encontraron barreras en cuanto al conocimiento de la implementación de herramientas tecnológicas. Esto puede estar relacionado con la falta de capacitación y acceso a recursos educativos sobre tecnología, lo que dificulta la adopción y el uso efectivo de las herramientas tecnológicas en los hoteles y finalmente en H5, se confirmó que más el 50% del sector hotelero del centro de Pereira no hace un uso adecuado de las tecnologías. Esto implica que hay una brecha en la adopción y utilización efectiva de las tecnologías en el

sector, lo que puede afectar su competitividad y capacidad para brindar servicios de calidad. Por otro lado, para H3, se constató que la mayoría de los hoteles promedio no tienen menos de 5 años de estar prestando servicios a sus huéspedes, esto indica que existe una presencia significativa de hoteles posicionados en el sector con más de 5 años, lo que puede influir en su disposición y capacidad para adoptar nuevas tecnologías.

Recomendaciones

El uso de la tecnología digital en los hoteles es de gran importancia para la gestión de huéspedes y la optimización de los procesos internos, a continuación, se mencionarán algunas ideas para la digitalización en los hoteles, teniendo en cuenta que la digitalización es una necesidad muy importante para las organizaciones de hoy. La digitalización no solo mejora la experiencia del huésped, sino que también mejora la gestión interna al optimizar muchos procesos, además, ayuda a la competencia y al crecimiento en la industria hotelera.

- Utilizar nuevas tecnologías para transformar la experiencia mediante realidad aumentada y plataformas digitales dedicadas.
- Mejorar la seguridad de los datos siguiendo medidas de ciberseguridad y utilizando medidas de seguridad para almacenarlos de la forma adecuada y procesar información confidencial.
- Mejorar la experiencia del cliente ofreciendo experiencias superiores a los clientes en línea y así aumentar los ingresos por visitante mediante la implementación de un servicio sin contacto y una interacción entre persona y servicio.
- Mirar y guiarse de ejemplos exitosos relacionados con la digitalización en hoteles para entender ejemplos reales de la forma adecuada de aplicarlo en el hotel y poder actualizarse e implementar las nuevas tecnologías 5g.

Referencias

- Agarwal R., et al., (2010). The digital transformation of healthcare: Current status and the road ahead. *Information Systems Research*, 21(4), 796–809.
- Aguado, D. (2018). *Analítica de recursos humanos: Explorando oportunidades a partir Del big data y la práctica del " human resources analytics"* Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/685208>
- Alagna, F. (2020). *El uso de las TIC en la hotelería. Caso de estudio: La Plata (Doctoral dissertation, Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Plata)*. Repositorio Educativo Digital UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/105536>.
- Alcaldía de Pereira (2019). *División política de Pereira*. <https://mapas-pereira.opendata.arcgis.com>
- Arcia, Y., Castillo, J., Reals, E., Hernández, C., Guerra, J., Lozano, A., Esteban, E. y Arteaga, M. (2017). Factores tecnológicos que influyen en la competitividad nacional e internacional del sector hotelero en la ciudad de Montería.
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Addison-Wesley.
- Aviles B. (23 de noviembre de 2023), *Diseño de una herramienta de diagnóstico para los procesos de gestión y digitalización en las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad Guayaquil* de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/1d18087c-79af-40eb-8bb7-1b06f5553446/T-113281>
- Bacco M., et al., (2020). *IoT as a Digital Game Changer in Rural Areas: the Desira Conceptual Approach*. 2020 Global Internet of Things Summit (GIoTS), 1-6, doi: 10.1109/GIOTS49054.2020.9119674.

- Bocarando, J. C., Sangabriel, I., & Sangabriel, C. (2018). Determinantes de la adopción de tecnologías de la información y comunicación: perspectiva empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*, (2). <https://www.uv.mx/iiesca/files/2019/02/12CA201802.pdf>
- Buhalis D. & Leung R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41–50.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>
- Cárdenas S, González E. (23 de noviembre de 2023), Avance tecnológico en la atención al cliente en la hotelería. Edu.pe. Recuperado el de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667145/Cardenas_AS.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Cardozo I. (2013). Pictogramas para mejorar la comprensión lectora de textos narrativos en educación primaria. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521752181010>
- Castro D. (23 de noviembre de 2023) Máster oficial en empresa y tecnologías de la información Core.ac.uk. Recuperado el, de <https://core.ac.uk/download/pdf/344894027.pdf>
- Castro, A., Delgado, T., & Ash, G. (2022). Diagnóstico de transformación digital en hotelería: caso de estudio en el Hotel Nacional de Cuba. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 542-552. Epub 30 de junio de 2022. Recuperado en 12 de febrero de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000300542&lng=es&tlng=es
- Clara A. (23 de noviembre de 2023), Transformación Digital en Turismo.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/153443/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Congreso de la Republica. (2008). Ley 1266 de 2008.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34488>

Congreso de la Republica. (2009). Ley 1341 de 2009.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913#:~:text=La%20presente%20ley%20determina%20el,la%20calidad%20del%20servicio%2C%20la>

Congreso de la Republica. (2012). Ley 1581 de 2012.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Cotelco (24 de enero, 2022). 2022 termina con la mejor tasa de ocupación hotelera en 7 años.

<https://www.cotelco.org/noticias/Reporte>

Cotelco (30 de enero, 2023). Cotelco: 2022 registró la mayor ocupación hotelera en 7 años.

Horeca. <https://colombia.ladevi.info/cotelco/cotelco-2022-registro-la-mayor-ocupacion-hotelera-7-anos-n48118>

De Frutos A. (2017, 6 de mayo). ¿Qué es Internet de las Cosas? Computadora hoy.

<https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-internet-cosas-61528>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – Dane (2020). La información del Dane en la toma de decisiones departamentales y municipales. Pereira - Risaralda. Octubre de 2020. Sistema Estadístico Nacional (SEN).

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/201027-InfoDANE-Risaralda.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – Dane (2022a). La información del Dane en la toma de decisiones departamentales y municipales. Pereira - Risaralda. Mayo de 2022. Sistema Estadístico Nacional (SEN).

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/220503-InfoDane-Pereira-Risaralda.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – Dane (2023). En el año 2022pr, el Producto Interno Bruto de Colombia crece 7,5%.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim22.pdf

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160

Duque, N., Zapata, L. A., & Tobacia, P. A. (2020). Incidencia De La Revolución 4.0 En Las Dinámicas De Las Organizaciones Colombianas. Revisión Documental En El Periodo De 2015-2019. Universidad Piloto De Colombia.

<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/7731/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1>

El Tiempo. (2023). ¿Por qué Pereira es el mejor 'vividero' según un estudio de calidad de vida?

<https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/como-lo-hace-pereira-es-el-mejor-vividero-de-colombia-segun-estudio-776474>

Evelyn D. (2022, 16 de Noviembre). Habilidades digitales para la hotelería: el impacto de la transformación digital en el sector. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/147593/Documento_completo.pdf?sequence=1

Ezzaouia, I, & Bulchand-Gidumal J. (2023). The impact of information technology adoption on hotel performance: Evidence from a developing country. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(5), 688–710. <https://doi.org/10.1080/1528008x.2022.2077886>

Giraldo Patiño, C. L. (2018). Transformación Digital de las Mipymes de Turismo de Naturaleza en el Valle del Cauca. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de Colombia.

https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/76736/2019-Claudia_Lorena_Giraldo_Patiño.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gobernación de Risaralda. (2023). Plan de desarrollo.

<https://www.risaralda.gov.co/documentos/150205/documento-plan-de-desarrollo/E>

Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2015). Design Principle for Industrie 4.0 Scenarios: A Literature Review. Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS).

<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29269.22248>

Infante A, et al., (2023). Factores que influyen en la adopción de Internet de las Cosas en el sector hotelero . Uhu.es. Recuperado el 15 de noviembre de 2023, de

<https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/19584/Factores.pdf?sequence=2>

Infobae. (2017). Cómo funciona en Japón el primer hotel atendido por robots.

<https://www.infobae.com/america/tecno/2017/03/18/como-funciona-en-japon-el-primer-hotel-atendido-por-robots/>

Iranmanesh M., et al., (2022). Aplicaciones de tecnologías digitales disruptivas en la industria hotelera: una revisión sistemática. Revista Internacional de Gestión Hotelera , 107

(103304), 103304. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103304>

Iranmanesh, M., Ghobakhloo, M., Nilashi, M., Tseng, M. L., Yadegaridehkordi, E., & Leung, N.

(2022). Applications of disruptive digital technologies in hotel industry: A systematic review. International Journal of Hospitality Management, 107, 103304. <https://doi.org.proxy.bidig.areandina.edu.co/10.1016/j.ijhm.2022.103304>

Karen y Wendy. (2022) La digitalización en el sector hotelero: una estrategia básica para enfrentar el Covid-19

<https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/6558/PicoG%C3%B3mezWendy%20-%20MartinezMirandaKaren.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

La República SAS. (22 de noviembre de 2023,). Las mipymes constituyen el 99,5% de las empresas y aportan el 35% al Producto Interno Bruto,

<https://www.larepublica.co/empresas/mipyme-constituyen-99-5-de-las-empresas-y-aportan-35-al-producto-interno-bruto-3644977>

Lechuga-, J., Uribe, A., Carvajalino, C., Payares, M., Rodríguez. y Piscioti, K. (2022).

Acercamiento a la transformación digital en un grupo de hoteles Mipymes del caribe colombiano. Revista ADGNOSIS, 11(11). p. 1-27.

<https://doi.org/10.21803/adgnosis.11.11.532>

López N. (2014, 26 de junio). Recursos Humanos 2.0: La Revolución en la Gestión y Selección de Personal [Mensaje invitado]. Talentclue.com . <https://blog.talentclue.com/recursos-humanos-20-la-revolucion-en-la-gestion-y-seleccion-de-personal>

Mariana J, et al., (23 de noviembre de 2023) Análisis del estado actual del big data en las empresas . (s/f). Edu.co, de <https://repositorio>

[ucp.edu.co/bitstream/10785/7084/2/DDMAE139.pdf](https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/7084/2/DDMAE139.pdf)

Migración Colombia & Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Informe de visitantes no residentes en Risaralda 2022.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/611e1d60-6ef6-4ecc-98e5-8a06b48d8e31/Risaralda.aspx>

MinTic. (2022). MinTIC expide el Decreto 1263 de 2022 para definir los lineamientos y estándares aplicables a la transformación digital pública.

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/238232:MinTIC-expide-el-Decreto-1263-de-2022-para-definir-los-lineamientos-y-estandares-aplicables-a-la-transformacion-digital-publica#:~:text=El%20Decreto%201263%20de%202022%20contempla%20la%20infraestructura%20de%20datos,regulatorios%20e%20inteligencia%20artificial%20como>

MinTic. (2023). Índice Departamental de Internacionalización 2023

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/indice-departamental-de-internacionalizacion/indice-departamental-de-internacionalizacion-2023/13-12-2023-informe-indice-departamental-2023.pdf.aspx>

Nadia G. (2021). Digitalización vs. Transformación Digital: Una mirada estratégica a la transformación digital en los hoteles socios de Afeet Perú Capítulo Arequipa.

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_d0a5ede13d862fd10359d5722dacf618/Details

Oliveros, D. & Martínez, G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga, Santander, Colombia. Revista EAN, 83, pp. 15-30.

Recuperado de:

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1827>

Omaña I. (23 de noviembre de 2023) La evolución y adaptación de la digitalización en el sector hotelero de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54420/TFG-N>.

Parra, H., & Trujillo, D. (23 de noviembre de 2023) Resultados de una revisión sistemática de la literatura acerca de la transformación digital en el sector de alojamiento y hospedaje

- https://www.researchgate.net/profile/Edgar-Serna-M/publication/357884649_Desarrollo_e_innovacion_en_ingenieria_Vol_II/links/61e57b555779d35951b5466d/Desarrollo-e-innovacion-en-ingenieria-Vol-II.pdf#page=344
- Portafolio. (2023). Los destinos más visitados por los colombianos en el primer semestre. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/los-destinos-mas-visitados-por-los-colombianos-en-el-primer-semestre-del-2023-587560>
- Portaltic, & Portaltic. (2018). El Internet de las Cosas y la Inteligencia Artificial, pilares de la transformación digital en 2018, según. . . europapress.es. <https://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-internet-cosas-inteligencia-artificial-pilares-transformacion-digital-2018-fujitsu-20180201124739.html>
- Quintero, G. E y Vera, J. S. (2016) La Teoría De Las Contingencias Y Su Implicación En La Actualidad De Las Empresas Del Sector Comercial De La Ciudad De Tunja, Boyacá. Tesis presentada para optar por el título en Administrador de Empresas. Universidad Santo Tomás. Tunja, Boyacá.
- Quinto, J. A. (2020). Relación entre la innovación y la competitividad en mipymes del sector hotelero de Cartagena. Tesis de master. Universidad EAN. https://www.researchgate.net/profile/Jaime-Alberto-Quinto-Mosquera/publication/354103269_Relacion_entre_la_Innovacion_y_la_Competitividad_en_Mipymes_del_Sector_Hotelero_de_Cartagena/links/612528c51e95fe241af587fc/Relacion-entre-la-Innovacion-y-la-Competitividad-en-Mipymes-del-Sector-Hotelero-de-Cartagena.pdf
- Revfine.com. (2023, September 7). How to use Artificial Intelligence in the Hospitality Industry. <https://www.revfine.com/es/inteligencia-artificial-industria-hotelera/>

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. The Free Press.

Rodríguez H. (2023, 17 de enero). Cómo la tecnología y la transformación digital están

reconfigurando el sector turístico. *La Ecuación Digital* .

<https://www.laecuaciondigital.com/transformacion-digital/como-la-tecnologia-y-la-transformacion-digital-estan-reconfigurando-el-sector-turistico/>

Rodriguez P. (2020, septiembre 14). Inteligencia artificial e inteligencia humana, el equipo de trabajo perfecto - Telos Fundación Telefónica. Telos Fundación Telefónica - Web Revista

Telos Fundación Telefónica. <https://telos.fundaciontelefonica.com/la-cofa/inteligencia-artificial-e-inteligencia-humana-el-equipo-de-trabajo-perfecto/>

Ruiz, M, et al., (23 de noviembre de 2023), Las tecnologías que implementan los hoteles y las tecnologías que gustan a los huéspedes de

https://web.archive.org/web/20180411045733id_/http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/viewFile/144/126

Sanchez S. (23 de noviembre de 2023), Las redes sociales en las cadenas hoteleras, de

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43546/TFG-N>.

Schoenenberger, J., & Gómez, I. G. (2017). *The Experience Revolution: Expectativas 2017*.

Travel, Hospitality, Leisure & Transport.

sector turismo. Observatorio E-commerce y Transformación Digital

Travel B. (2022, 25 febrero). Best of BBC Travel 2020. BBC Travel.

<https://www.bbc.com/travel/article/20201218-best-of-bbc-travel-2020>

Tricoci, G.-A., Oriolo, M.-C., & Stefanoff, G. (2023). Propuesta de nuevo modelo de

caracterización de adopción de TIC en pymes argentinas: comparativa con modelos

existentes. *Fórum Empresarial*, 27(2), 31–57. <https://doi.org/10.33801/fe.v27i2.21141>

- Uribe M., (23 de noviembre de 2023), Factores de éxito en la adopción de las tecnologías de información en cuatro empresas de Medellín que han implementado sistemas de enterprise resource planning de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/623/MariaAdelaida_UribeLondoño_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Uribe Urán, A., Lechuga Cardozo, J. I., Carvajalino Pérez, C., Piscioti Quintero, K., Payares Ayola, M., & Rodríguez Cadena, R. (2022). Transformacional digital como estrategia de fortalecimiento comercial del sector hotelero en el caribe colombiano. Universidad Sergio Arboleda. <http://eprints.uanl.mx/23942/7/23942.pdf>
- Verdú, M. M. (2017). Las 5 tendencias que potencian la transformación digital del
- Verhun A. (2022). Digital tools for the development of the hospitality and tourism industry in the context of a digitized economy. *Economics Affairs (Calcutta)*, 67(4s). <https://doi.org/10.46852/0424-2513.4s.2022.20>
- WTTC. (2023). Sector de viajes y turismo de Colombia se recupera y supera los niveles pre-pandemia: WTTC. Nota de Prensa. <https://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismo-de-colombia-se-recupera-y-supera-los-niveles-pre-pandemia-wttc#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20mismo,4.8%25%20de%20su%20econom%C3%ADa%20total>.
- Yeffersson M, Betancur N. (23 de noviembre de 2023) Factores determinantes para la reserva de hoteles en línea en Colombia una mirada desde el modelo de aceptación tecnológica (TAM) AJUSTADO. <https://revista.turpade.la.sallebajio.edu.mx/index.php/turpade/article/view/37/35>

Anexos

Anexo 1. Encuesta adopción de tecnologías digitales en hoteles del centro de Pereira

1. Correo _____
2. Nombre del hotel _____
3. Antigüedad
 - Menos de un año
 - Entre 1 y 2 años
 - Entre 2 y 5 años
 - Entre 5 y 10 años
 - Más de 10 años
4. Número de colaboradores tiene el hotel _____
5. Número De Habitaciones _____
6. Tarifa Por Dia/Noche de habitación estándar (ingrese el valor en pesos) ____
7. Número Promedio De Visitantes Por Mes _____
8. Origen De Los Visitantes
 - Nacional
 - Internacional
 - Ambos
9. Nivel educativo del gerente/dueño/encargado/tomador de decisiones
 - Básica/ Secundaria
 - Universitaria
 - Posgrado
10. Años de experiencia del gerente/dueño/encargado/tomador de decisiones en el sector Hotelero
 - Menos de un año
 - Entre 1 y 2 años
 - Entre 2 y 5 años

- Entre 5 y 10 años
- Más de 10 años

11. ¿Cómo realiza el registro de sus clientes? (puede marcar más de una opción)

- Libro Físico
- Software especializado
- Plataforma en Línea
- Base de datos (Excel)
- Ninguna

12. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus clientes? (puede marcar más de una opción)

- Redes Sociales (Facebook / Instagram / X / Tiktok)
- Teléfono / Celular
- Página Web / Chat Bot
- WhatsApp
- Cara a cara
- Ninguna

13. ¿Qué medios tiene disponibles para recibir pagos de sus clientes? (puede marcar más de una opción)

- Transferencia bancaria
- Plataforma de pagos (PSE / Mercado Pagos /PayU/Paypal)
- En efectivo con opciones múltiple
- Datáfono
- Código QR
- Criptomonedas

14. ¿Cuenta en sus instalaciones con un sistema de seguridad (cámaras)?

- Si
- No

15. ¿Su hotel ofrece conexión wifi a sus clientes?

- Si
- No

16. Actualmente Hace Uso De Tecnologías Digitales En Su Empresa

- Si
- No

17. Si responde NO en la pregunta anterior, por favor de las siguientes opciones escoja las que considere que más se ajusta la razón principal (solo una opción)

- No le Interesa /No le ve utilidad
- No se cuenta con el conocimiento
- No se cuenta con recursos económicos
- Otras

18. En caso de responder SI continúe con esta pregunta ¿desde hace cuánto tiempo utiliza estas tecnologías en su empresa?

- Menos de un año
- Entre 1 y 2 años
- Entre 2 y 5 años
- Entre 5 y 10 años
- Más de 10 años

19. ¿Considera que la incorporación de estas tecnologías digitales ha marcado una diferencia positiva en su empresa?

- Si
- No

20. Sí su respuesta a la pregunta anterior es SÍ, por favor califique las siguientes opciones en grado de importancia

En cuáles aspectos ha visto un efecto positivo derivado del uso de tecnologías Digitales

	No ha sido imp...	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Aumento en el ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejora en la sa...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejora en la fid...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reducción en c...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mayor organiz...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oferta de nuev...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. ¿Existe en su empresa alguna estrategia orientada hacia el uso de tecnologías digitales?

- Si
- No

22. ¿Existe en su empresa alguna estrategia orientada hacia el uso de tecnologías digitales?

- Si
- No

23. ¿Su empresa ha realizado inversiones orientadas a la adopción de tecnologías digitales durante el último año?

- Si
- No

24. Si responde Sí a la pregunta anterior: ¿Cuáles fueron las principales destinaciones de estas inversiones?

- Automatizar procesos
- Reducir costos
- Ganar presencia online

- Desarrollar de nuevas fuentes de ingresos
- Mejorar la experiencia del cliente
- Otro, ¿cuál? _____

25. Considera que existen algunos obstáculos o barreras para la adopción de tecnologías digitales en algunas de las actividades que desarrolla

- Si
- No

26. Si responde a la pregunta anterior SI, por favor califique en grado de importancia las siguientes opciones

	No es importa...	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Desconocimie...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de capital...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de recurs...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instalaciones i...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de un mo...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de lideraz...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de apoyo ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. ¿Cuáles considera que son los principales incentivos para la adopción de Tecnologías Digitales en el sector hotelero? (Elija 3 opciones)

- Mejorar la experiencia del cliente /Mejora del servicio
- Diferenciarse de la competencia/ Mejora en el posicionamiento de la marca
- Ofrecer nuevos servicios
- Mejorar los márgenes de ganancias / Reducción de costos
- Mejorar las relaciones con proveedores y/o socios