

**FACULTAD
DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
EMPRESARIALES**

ECONOMÍA ÉNFASIS EN ECONOMÍA EMPRESARIAL

Tema:

“Redes colaborativas en la economía digital y su aporte para ampliar el mercado y generar valor agregado. El caso de las empresas del sector hotelero de Guayaquil”

**Estudio de caso que se presenta Previo a la
obtención del Título de
Economista con Énfasis en Economía
Empresarial**

Autor

Gianella Fernanda Correa Cedeño

Tutora

Mgs. Alina Maria Sanchez Chavez

Guayaquil
2017

A. Resumen

El presente caso de estudio se enfoca al uso de las redes colaborativas y la economía digital de las empresas hoteleras de la Ciudad de Guayaquil con finalidad de conocer si la aplicación de la economía digital beneficia económicamente a este sector productivo.

En primera instancia se presenta el desarrollo del marco teórico acerca de las redes colaborativas en la economía digital y su aporte para ampliar el mercado y generar valor agregado, para posteriormente realizar un diagnóstico de la situación actual de los hoteles de la Ciudad de Guayaquil, también se presenta una propuesta que promueve el uso de la economía digital. Además, la presente investigación es mixta con enfoque exploratorio y descriptivo, donde se utilizó el instrumento de la encuesta para recabar datos, encuestando a una muestra aleatoria de hoteles.

Como principales conclusiones, se obtuvo que el uso de las redes colaborativas en la economía digital bien utilizadas beneficia económicamente al sector hotelero, así como promueve el uso del dinero electrónico y mejora el servicio.

Palabras claves: redes colaborativas, economía digital, beneficios económicos, sector hotelero.

Contenido

1. Introducción

En la actualidad, el mundo empresarial es influido directamente por la globalización y el uso y aplicación de tecnologías digitales, estos factores influyen directamente en el valor agregado de todos los sectores productivo. Por lo tanto, tomando como referencia al creciente sector hotelero y turístico de la Ciudad de Guayaquil, la presente investigación busca determinar si la innovadora economía digital incide en la ampliación del mercado y en el aporte de valor agregado del mismo.

De tal manera, que las *redes colaborativas* en la economía digital (también llamada economía en internet o nueva economía) son un sistema de articulación virtual colaborativo con diferentes fines, como son “el intercambio de información, la asistencia técnica, el ejercicio conjunto de influencia (lobby) ante las Administraciones, la compra conjunta de insumos, y la producción y comercialización conjunta de servicios, son las categorías de relación comúnmente estudiadas en el turismo” (Buhalis y Molinaroli, 2003; Novelli, Schimitz y Spencer, 2006). Es decir, que este tipo de sector económico incluye servicios y bienes que dependen de las tecnologías digitales para su desarrollo, producción o venta.

En ese sentido se puede observar que dentro de la industria turística, en el mercado hotelero, constituyen un sector en red por excelencia, al ser ya sitios web colaborativo muy conocidos como Booking, dentro del cual se ofrecen aproximadamente 1.200.000 servicios de alojamiento por día en un total de 225 países (Booking, 2017), permitiendo a los clientes completar de manera autónoma sus reservas en línea, mismos que también tienen la oportunidad de comentar como fue su estadía, lo que genera un conocimiento de gran valor tanto para los oferta a la hora de saber cómo deben mejorar sus servicios. Otros casos son trivago, atrapalo, tripadvisor, entre otros.

Lo anterior expuesto es solo un ejemplo de lo favorable que puede ser la colaboración en red de la oferta de servicios para la competitividad de las empresas de alojamiento. En este sentido varios autores aseguran que

básicamente se da en dos vías, “la primera en relación a la información y contratación de los turistas mientras incrementa el universo de elección de los mismos, favoreciendo el consumo de servicios que mejor se ajusta a sus preferencias. Por otra parte genera economías de escala lo cual genera valor agregado.” (González, M; León, C.; De León, J. & Moreno, S., 2013).

Por tanto el presente caso de estudio es pertinente ya que aportará al sector hotelero de Guayaquil una análisis que ayudará a la generación de valor, el cual generará una ampliación del mercado, el mismo que podría lograr si apuestan por un modelo de trabajo colaborativo en red.

A.1 Marco Contextual

Determina el objeto de estudio que pueda permitir una caracterización de las condiciones socioeconómicas que influyen sobre el mismo. Se lo conoce como una parte integrante en el planteamiento del problema en la que son identificadas las variables que permitan dirigir el propósito del proyecto de investigación. La vinculación con el trabajo colaborativo y la incidencia de variables como, las edades de turistas, lugares a los que se frecuenta viajar más, costos actuales de las empresas hoteleras en Guayaquil, oferta y demanda del sector turístico, número de hoteles que utilizan redes colaborativas, número de hoteles con calificación de 4 y 5 estrellas, entre otras, ayudan a profundizar y dar una mejor idea de lo que se va a tratar de mejorar en el presente trabajo. A continuación, se describe una guía de todo el proceso de investigación.

1.1.1 Antecedentes

El turismo es hoy uno de los sectores económicos que, a nivel mundial, explora en determinados momentos un mayor crecimiento en el PIB mundial.

En Ecuador, de acuerdo al (Ministerio de Turismo, 2014), el turismo interno supera los 5.0000 millones de dólares a la economía nacional. Durante el último feriado del año 2016, el (Ministerio de Turismo, 2016), se registró un total de 1.3 millones de viajes a nivel nacional, lo cual representa un aumento del 36% en comparación al año pasado, y el movimiento económico fue de 78 millones de dólares. ,

El principal factor importante que contribuye al turismo interno, es la calidad de la oferta turística. En el 2006 existían 8 mil establecimientos registrados y algo menos de 40 mil personas trabajando para este sector. Para el 2016, el sector hotelero fue uno de los beneficiados con el feriado de noviembre, en la que su ocupación promedio a nivel nacional fue de 43% con una tarifa promedio de \$57, es decir, 12\$ más que el año pasado (Ministerio de Turismo, 2016).

En el año 2015 el turismo representa el 2% del PIB ecuatoriano y se ubica en el tercer rubro de las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón. El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la balanza de pagos se ha mantenido en ascenso y para el 2014 se situó en 1.506 millones de dólares generando empleos directos e indirectos para aproximadamente 344.800 personas. (Meléndez, 2015)

En la ciudad de Guayaquil, se mantiene la primera oferta hotelera del país, seguido de la ciudad de Quito. Para el 2016, con la visita del Papa Francisco, se estimaron visitas que superaban el millón de personas de diferentes provincias del Ecuador, las cuales arribarían en las ciudades de Guayaquil y Quito, generando un gasto por alrededor de 43 millones de dólares. La oferta hotelera de Guayaquil, concentraba el 20% de los turistas, lo cual es imprescindible contar con una excelente administración y promociones que atraigan a los turistas. (Ministerio del turismo, 2015)

Para el 2014, se llevó a cabo el taller titulado “Creación y fortalecimiento de Burós de Convenciones”, que tuvo lugar en Guayaquil, por ser una ciudad de múltiples encuentros de alto nivel, tomando en cuenta su infraestructura y las mejores condiciones para celebrar este tipo de eventos. (Ministerio de Turismo, 2014)

1.1.2 Alcances y limitaciones

La problemática principal que existe en la oferta hotelera de la ciudad de Guayaquil, es la relación calidad y costo que ofertan en esta actividad. De acuerdo a varios sitios web, por ejemplo, Trivago, tripadvisor y booking, han desarrollado una herramienta que les permite conocer que tan buena es esta relación de calidad – costo. (Trivago, 2017)

Los hoteles en la ciudad de Guayaquil, mantienen un promedio de 75/100 en esta relación, la cual es aceptable, sin embargo, se debe tomar en cuenta que para poder medir y calcular un promedio ajustado hay que tomar en cuenta la cantidad de hoteles a investigar, en la que se debería establecer el nivel de infraestructura, ubicación, comodidad, instalaciones, servicio y limpieza. (Trivago, 2017)

Estos elementos cualitativos y cuantitativos a determinar, deben ser adjuntados en el modelo de la red colaborativa a emplear, utilizando las herramientas y sistemas de comunicación entre cliente y empresa hotelera. Adicionalmente, se debe dejar en claro que el sector hotelero es el demandante principal de las redes colaborativas, la importancia que tiene este servicio para esta actividad y los resultados estimados para poder llevar a cabo los objetivos planteados en el presente proyecto.

Es importante resaltar los aspectos del oferente y el demandante en la presente investigación:

Aspectos del oferente

- a) Los efectos que tienen las redes colaborativas sobre los costos de transacción.
- b) Las empresas hoteleras desean un sistema más conectado entre tipo de ciberespacio.

Aspectos del demandante

- a) Las empresas hoteleras de la ciudad de Guayaquil pueden llevar a cabo alguna otra forma de producción en este espacio social.
- b) Las empresas hoteleras suelen ser pesimistas frente alguna situación de incertidumbre.

Los trabajadores del conocimiento, es decir los profesionales, mantienen la tarea de adecuar los usos de todo tipo de tecnología a las necesidades empresariales actuales.

Los elementos a investigar, serán respecto a la infraestructura, en la cual, el hotel debe satisfacer las necesidades de los clientes, el cubrimiento de las propias

necesidades del negocio hotelero. Adicionalmente, se debe tomar en cuenta, una infraestructura de protección y de seguridad, en caso de fenómenos naturales.

Respecto a la ubicación, se plantea como lugares estratégicos, el centro de la ciudad y localidades cercanas atracciones turísticas. En base a la comodidad se describe a la seguridad, confort y capacitación de empleados del hotel. Respecto a las instalaciones, se refiere a las áreas adicionales del hotel, como, por ejemplo, los restaurantes, gimnasios y piscinas. En base al servicio y limpieza, se determinará la forma de atención a huéspedes y el estado del área por el cual el cliente va a realizar un pago.

En el artículo publicado por Sanjay Khosla y Mohanbir Sawhney, expresa que en lugar de la búsqueda de incrementar los ingresos y utilidades expandiendo las líneas de negocio, las empresas pueden seguir una estrategia de siete pasos para obtener mayores beneficios incurriendo menos costos. En el sexto paso de este beneficio en el que se establece la organización, en la que se refiere a las redes colaborativas de trabajadores de una empresa multinacional que se encuentra penetrada en los mercados de todo el mundo, se propone la creación de comunidades y redes formales e informales de información. (Sanjay & Mohanbir , 2010)

Las empresas son consideradas como organizaciones con fines lucrativos, dedicadas exclusivamente a obtener ganancias. Comúnmente las empresas recurren a alianzas entre sí, para ser más eficientes, sin embargo, en el sector privado prefiere mantener el control de sus actividades y como resultado de una existencia de falta de confianza, alejan a las empresas de la opción de las relaciones de colaboración. (Jurado Béjar, 2011)

Generalmente, los empresarios se dejan llevar por la maximización de ingresos y utilidades sin distinguir los ciclos de auge de la empresa o el costo y oportunidad. Las redes colaborativas pueden ser más eficaces al crear un nuevo modelo de organización virtual.

La demanda colaborativa, es decir las empresas hoteleras de Guayaquil, están sujetas a la representación de los factores socioeconómicos, competitivos,

tecnológicos y políticos económicos, que en el transcurso del presente trabajo se explicará de manera detallada.

Para poder resolver problemas complejos en las empresas hoteleras, se deben tomar en cuenta la inteligencia colectiva que posee la institución para poder aprovechar a interacción de las redes colaborativas. “Las nuevas tecnologías de la información están integrando al mundo en redes globales de instrumentalizad. La comunicación a través del ordenador engendra un despliegue de comunidades virtuales” (Castells, 2002).

A.2 Marco teórico

Constituye la base en la que se sustenta el análisis de la influencia de las redes colaborativas en la ampliación del mercado y la generación de valor agregado en el sector hotelero de Guayaquil. El propósito fundamental es situar el problema antes planteado dentro de un conjunto de conocimientos, para poder establecer la relación que se estableció entre las variables que se pusieron en juego al inicio de esta investigación. Las consideraciones teóricas de este tema, abordan la comprensión del presente trabajo.

En la revolución actual de las TICs, específicamente de la World Wide WEB y de las telecomunicaciones “wireless”, que agilizan la deslocalización e interacción de varias personas entre sí, establecen dotes a los trabajadores de conectividad y movilidad. La conectividad externa que conecta un hipertexto concreto con el resto de hipertesxtos a través de la World Wide Web y las reglas telemáticas (Lamarca Lapuente, 2013). La información y el conocimiento se han convertido en el factor principal de producción de la nueva economía (Herrera Guilhoux, pág. 2). La inclusión y participación de los conocimientos de todos los trabajadores y clientes de un hotel de Guayaquil resulta fundamental desde el momento en que cada persona conoce sobre algo y por ende, nadie tiene el conocimiento absoluto, es decir, el conjunto de información respecto a opiniones, consideraciones y decisiones parte de un principio en el que si una persona posee el conocimiento sobre un tema, no lo conoce profundamente.

De acuerdo a (Levy, 2002) “es necesario reconocer que la inteligencia colectiva está distribuida en cualquier lugar donde haya humanidad y que ésta puede potenciarse a través del uso de los dispositivos tecnológicos. La inteligencia colectiva puede entenderse como la capacidad que tiene un grupo de personas para decidir sobre su propio futuro”. Varias empresas hoteleras desean ser más competentes y a la vez, cada día innovar más sus servicios de hospedaje, pero sin embargo, son pocas las empresas que recurren a las estrategias de gestión.

Una de las herramientas de colaboración, es el internet, el cuál es utilizado como un medio de interconexión en el que las personas crean comunidades virtuales y comunicaciones para diálogos interpersonales. Las comunidades virtuales, son de gran ayuda par actualizarse profesionalmente a través de las redes colaborativas (Vila Roig, 2016, pág. 17). Particularmente, son los individuos que, con la influencia sobre las redes, construyen espacios de colaboración. Se puede definir la influencia, como el poder de una persona u objeto para determiar o alterar la forma de pensar o de actuar de acuerdo a un tipo de situación (Oxford Living , 2015). Las redes en internet se han convertido en varias formas de interacción social que pueden facilitar la cooperación, la cual involucra la apertura de nuevas estrategias de gestión (Pérez Alcalá, Ortiz Ortiz, & Flores Briseño, 2015).

Las tecnologías y tendencias que señala el informe anual Horizon (New Media Consortium & Educause learning Initiative, 2008) pretende utilizar en las organizaciones colaborativas que operen en red, las cuales pueden ser las siguientes:

- a) Los dispositivos móviles con capacidad de correr aplicaciones y conciencia de ubicación.
- b) La computación en nube, que describe la facilidad de comunicarse con cualquier persona y aun bajo costo. Mediante la realización de transacciones económicas a través de internet se puede tener acceso a millones de recursos sin importar la situación geográfica o el idioma en que se encuentre.
- c) La Web que debido a un conjunto de herramientas gratuitas, resulta fácilmente poder crear un entorno personalizado que pueda facilitar las

acciones profesionales, sociales, entre otros. Gracias a la web se puede obtener soluciones a problemas y situaciones mediante el proceso y transferencia de información de una manera sencilla.

- d) Los objetos inteligentes pueden describir un conjunto de tecnologías que ayudan a otros objetos ordinarios, una capacidad de conexión con otros objetos o información.

A partir de las dos principales tecnologías antes mencionadas, se puede señalar que influyen en la oferta, que hace referencia a los trabajadores del conocimiento, los cuáles pueden ser accedidos por la demanda, es decir por las empresas hoteleras en un futuro inmediato. Tanto los dispositivos móviles y la computación en nube, son las tendencias a tomar en consideración por su impacto económico, curiosidad en la investigación, factibilidad y posibles ingresos.

Respecto a las demás tecnologías, influirán en la demanda, es decir a las empresas hoteleras de Guayaquil, acceder a la oferta, para poder crear nuevos espacios de colaboración

Las redes ofrecen un medio para eliminar paredes de espacio y de tiempo, que genera una mayor efectividad y flexibilidad en el posible nuevo espacio para la colaboración y participación productiva virtual.

Es fundamental dejar claro que, el internet al ofrecer un medio único para eliminar las barreras de tiempo y espacio, surge una nueva disyuntiva, la conducción de requerir menos empleados en cualquiera de los tres sectores del PIB; es decir, se podrá utilizar apenas una fracción de la fuerza laboral que se utiliza actualmente, para producir los bienes y servicios de una economía globalizada. La situación laboral de toda empresa, está determinada por la tecnología aplicada para su producción y disminuyendo de la misma forma, el personal.

Los ordenadores, las telecomunicaciones y otras formas de alta tecnología, sustituyen a los seres humanos en los procesos de fabricación, o de transporte, agricultura o servicios. Para esta problemática, se han determinado varias soluciones para erradicar un posible desempleo masivo, una de ellas, es un posible recorte del número de horas con el fin de poder adaptar el incremento de

productividad procedente de la revolución de la información y telecomunicaciones con la misma mano de obra en menor tiempo, es decir, una intervención inferior de la mano de obra y mayor labor por parte de la tecnología.

Las redes colaborativas surgen como una forma de comunidad virtual en internet para poder compartir y colaborar en base a aspectos de confianza, intereses individuales y valores morales. Sin embargo, la materia prima que alimenta estas redes, es el auto expresión, reputación, reciprocidad y cooperación. “Existe una correlación entre sociabilidad presencial y virtual. En caso de que exista una débil sociabilidad presencial, el internet será el punto de fuga para evadirse y aislarse” (Gabelas, 2009).

El internet es visto como la red de redes y es considerada apta para el desarrollo y avance de lazos desde el comienzo de la relación física. Hay que resaltar que para (Latour, 2004) existen tres dificultades en el análisis de redes que corresponden con sendas dicotomías recurrentes de las ciencias sociales.

La primera dificultad se debe al predominio de la geografía es decir, la distancia o proximidad. La segunda dificultad la posible existencia de un mínimo y un máximo de sociabilidad entre la nación e individuo. Y finalmente la tercera dificultad hace referencia a la situación de una superficie con interior y exterior apartados por un límite. (Díaz Cruz, 2014)

A pesar de estas tres dificultades en el análisis de las redes colaborativas, se pueden aprovechar una ventaja por cada dificultad. De acuerdo a la primera dificultad, una ventaja es la elaboración de un análisis sobre los elementos cercanos y posiblemente desconectados, y elementos alejados y posiblemente conectados. Respecto a la segunda dificultad, la ventaja puede darse en el estudio de la construcción de actores y de escalas que pasan del individuo al estado a través de las familias. De esta manera se puede determinar que una red no es más o menos grande sino que sus actores se encuentran situados en grados diferentes de intensidad de conexión. La ventaja de la tercera dificultad, es la noción de red que no requiere de los límites convencionales. (Latour, 2004)

Las redes se proyectan como una nueva unidad de interacción, las redes sociales como una instancia en la que se determinan necesidades y las redes

colaborativas como una unidad de trabajo y de emprendimiento en el que personas pueden trabajar desde cualquier sitio sujetos a la ayuda de las TICs.

La importancia de conocer las funciones del internet y las redes colaborativas ayudará al presente trabajo entender las formas e incidencias de estas en los costos transaccionales en las empresas hoteleras de Guayaquil. Para ello, es necesario determinar el concepto de internet y las oportunidades que puede presentar.

De acuerdo a (Castells, 2002) el internet es un medio que interactúa con un conjunto en la sociedad, es un medio de comunicación, de interacción y de organización social, que conecta actualmente a casi la tercera parte de la población mundial. Los empresarios atribuyen el crecimiento de las instituciones dentro del marco de las redes, tal es el caso que en Latinoamérica, las redes colaborativas de negocio, son alternativas de productividad y competitividad en pequeñas y medianas empresas.

Las redes colaborativas de acuerdo al texto de (Jurado Béjar, 2011), son vistas como una oportunidad para el desarrollo de las empresas, que permiten un acceso más abierto a recursos y oportunidades globales en relación con el acceso al talento humano independientemente de donde éste se encuentre. Estas redes otorgan una participación libre y voluntaria al emprendedor y para este caso, a las empresas hoteleras de Guayaquil. Mediante estas redes, pueden darse a conocer y acceder a proyectos que posiblemente fueran inalcanzables.

A través del correo electrónico, la comunicación era posible a cualquier momento, dando paso a un nuevo significado de la brevedad. Las redes sociales con perfiles empresariales y de mercadeo son vistas como redes colaborativas del tipo consumidor – empresa, que hace uso de softwares sociales que establecen interrelacionamientos con el uso del internet como medio de interacción.

La combinación de la colaboración en redes y la tecnología, genera nuevas formas híbridas de expresión e interconexión según la voluntad de los individuos que son participes. (Jurado Béjar, 2011)

En las redes colaborativas pueden existir reingresos al permitir que los sistemas de colaboradores potenciales, interactúen con grandes recursos de información para identificar nuevos proyectos y nuevas oportunidades de colaboración. La eliminación de propiedades y contratos reducen sustancialmente los costes de transacción, y cualquier reducción en este tipo de costos, son considerados como ganancias económicas directas.

(Ravier, 2014) “una empresa tenderá a expandirse hasta que los costos que supone organizar una transacción adicional dentro de la empresa iguale los costes que implica desempeñar esa misma función en el mercado abierto, es decir fuera de la empresa”. De este enunciado, a medida que se desarrollan las redes colaborativas menos razón tendrán aquellos empresarios en expandir sus funciones, es decir, las redes colaborativas establecerá que la empresa transfiera ciertas funciones a las redes auto organizadas, con el propósito de reducir los costos.

Las empresas mientras más deseen expandirse, más funciones buscaran desplegar en las redes colaborativas, y en efecto, mientras más se utilicen estas redes colaborativas, mayor expansión tendrán las empresas.

A.3 Justificación

Con la gran expansión y desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, muchos sectores productivos han transformado en forma radical sus relaciones sociales y económicas con la finalidad de ganar mayor competitividad. En particular, el desarrollo de la internet ha sustituido métodos tradicionales o manuales, en trámites que hacen uso extensivo de las tecnologías de la información, dando origen al término *nueva economía digital*, cuyos beneficios mejoran la productividad empresarial.

En ese sentido, la presente investigación tomará como referencia otros estudios relacionados a la economía digital y el uso de las tecnologías de la información entorno al sector hotelero.

En el año 2004 en la provincia de Alicante – España, los autores Claver, Pereira, De Juana & Andreu realizaron una investigación acerca de la consecuencias de

las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la rentabilidad, calidad y recursos humanos de los hoteles. Esta investigación en particular se enfocó a los grandes hoteles de 3 a 5 estrellas de la provincia española, y los autores comprobaron que a mayor grado de utilización de medios digitales informativos, mayor rentabilidad en los paquetes turísticos y servicios de los hoteles en cuestión.

En cambio, en el año 2013 en Quito – Ecuador, los autores Alomoto & Villacres en su trabajo de titulación realizaron la investigación digital como mecanismo para mejorar la productividad y competitividad de las PYMES en el sector turísticos. En este estudio la principal hipótesis era determinar si la economía digital modifica el mercado hotelero, lograron como principales conclusiones que las empresas turísticas del Ecuador son reacias a utilizar el comercio electrónico, pues existe desconocimiento de los beneficios de utilizar la internet, por lo tanto existe poca inversión para el uso de las tecnologías de la información.

Finalmente, una investigación mas actual realizada en el año 2016 por autor español Eduardo Parra menciona que la economía digital en turismo y la competitividad turística, son elementos que permiten explotar las tecnologías pues permiten que el sector hotelero y turístico sea mas accesible, sin lugar a dudas, la transformación digital fomentará la competitividad permitiendo el lanzamiento de nuevos servicios a través de las plataformas digitales y diferentes los canales de distribución.

En relación a lo mencionado, las *redes colaborativas* son un sistema de interacción entre pares dedicados a brindar servicios, bienes o productos afines a un sector productivo, es por ello que:

- Permite ofertar mejor calidad en cuanto a servicios como resultado de que cada agente inmerso en la red tiene una función específica.
- Al desarrollarse servicios a través de una red colaborativa se potencia el sector hotelero y los sectores productivos afines, lo que conlleva a un incremento de la economía local y nacional.

- Ofrece mayor diversidad de servicios con costes accesibles para el cliente/usuario.

Además, según la (Asociación española ingenieros de telecomunicación, 2016) la economía digital es un fenómeno complejo y emergente, que se relaciona con la micro-macro economía, de tal manera que el uso del internet reduce costos en todas las etapas de promoción, captación y venta de un bien o servicio.

A.4 Planteamiento del Problema de Investigación

El principal problema que se presenta en el sector hotelero de Guayaquil es la calidad en cuanto a servicios y a su vez la constante necesidad de ampliar el mercado, en la actualidad, debido a que no se apuesta por un trabajo en red de empresas asociadas que permitan identificar los principales aspectos relacionados que se requieren para su mejora. Además, se relaciona al uso y dominio de la economía digital como estrategia generar valor agregado a empresas del sector turístico.

Para afrontar esta problemática esta propuesta de titulación considera oportuno diagnosticar la situación actual de la red colaborativa en el sector hotelero. En resumen los pasos que se deben desarrollar son:

1. Diseño del marco teórico sobre las redes colaborativas en la economía digital, la escasa tradición colaborativa que mantienen la mayoría de los establecimientos alojativos de Guayaquil.
2. Analizar de la situación actual de la colaboración en red.

En relación a lo mencionado anteriormente, la presente investigación busca determinar si la economía digital puede servir como una estrategia competitiva en el sector turístico que permita generar mejoras en el mercado y de esta manera generar valor agregado, a pesar del poco conocimiento y baja de inversión en medios digitales.

A.5 Objetivos

1.1.3 Objetivo general

Analizar la influencia que poseen las Redes colaborativas en la economía digital y su aporte para ampliar el mercado y generar valor agregado en las empresas del sector hotelero de Guayaquil

1.1.4 Objetivos específicos

- Elaborar un marco teórico sobre las redes colaborativas en la economía digital y su aporte a la ampliación del mercado y la generación de valor agregado.
- Diagnosticar la situación actual de la colaboración en red en el sector hotelero.
- Realizar una propuesta para potencializar las redes colaborativas de las empresas del sector hotelero de la ciudad de Guayaquil.

2. Marco Metodológico

A.6 Población y muestra

La población total tomada para la aplicación de las encuestas necesarias para el estudio cuantitativo del presente trabajo de investigación fue la cantidad de hoteles que existen en la Ciudad de Guayaquil, sin discriminar la cantidad de estrellas que poseen, según la base de datos de La Cámara de Turismo (2017) existen 221 hoteles aproximadamente.

Para obtener el tamaño de la muestra y conocer a cuántas personas se necesita encuestar, se utilizó un cálculo del tamaño óptimo para una muestra

con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, dando como resultado un total de 41 encuestas a realizar.

Fórmula de muestreo en base a una población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

- NOMENCLARUTRA

N= total de población	N= 221
Z= Nivel de confianza del 95%	Z= 1.96
p= margen de error 5%	p= 0.5
q=1-p	q= 1-0.5
d= precisión	d= 0.06

Aplicación de reemplazo de valores:

$$n = \frac{221 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.06^2(221-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

n= 41

A.7 Ubicación del área de estudio

Para la realización del presente trabajo investigativo se escogió la ciudad de Guayaquil como destino para el levantamiento de información. La elección se basa en la Ciudad más poblada de la república del Ecuador, además de ser un importante centro de comercio, finanzas, cultura y entretenimiento, cabe resaltar que la ciudad de Guayaquil se perfila como una de las ciudades más grandes y visitadas de América Latina.

A.8 Tipo y diseño de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo. El alcance mide la profundidad de conocimiento que se desea

adquirir en la investigación (Sampieri, 2003). Por lo tanto, es exploratorio, porque busca determinar la influencia de la economía digital en el sector hotelero; descriptivo, pues pretende medir la reducción de costos en cuanto al uso de la economía digital; y, explicativo ya que detalla de qué manera estos componentes influyen en la reducción de costos y mejora del servicio de las empresas hoteleras de la ciudad de Guayaquil.

Por otra parte, en lo correspondiente al diseño de la investigación el presente estudio de tipo mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo a la vez. La parte cualitativa busca determinar como ocurre el problema; mientras que la parte cuantitativa es medible y la hipótesis es sometida a rigurosa verificación. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado , & Baptista Lucio, 2010)

Cualitativa, porque recolecta datos necesarios para el diagnóstico de la actual y potencial colaboración entre la oferta y la demanda de las empresas del sector hotelero, y, cuantitativa porque a través de la medición numérica-porcentual se busca medir la estimación de la tasa de reducción total de costos que las redes colaborativas ofrecen a las empresas del sector hotelero de la Ciudad de Guayaquil.

A.9 Métodos y técnicas

Dentro de los métodos y técnicas utilizados para la presente investigación se encuentran los métodos teóricos, empíricos y matemáticos, mismos que se detallan a continuación:

- Métodos teóricos

En lo referente a métodos teóricos, la presente investigación utiliza los métodos inductivos – deductivo y analítico. El método [inductivo](#) - [deductivo](#) es una forma de razonamiento que permite analizar casos de manera particular y relacionarlos a casos en forma más general (Sandoval, 1996). Dentro del presente estudio el método inductivo deductivo se manifiesta a través del análisis de las respuestas del instrumento de la entrevista dirigido a los administrativos encargados de las empresas hoteleras.

- Métodos empíricos

Los métodos de nivel empíricos utilizados son las técnicas donde el investigador se sitúa en contacto directo con su objeto de estudio, en una forma práctica y objetiva pasa a ser parte de la realidad del problema (Sampieri, 2003). En lo correspondiente a los métodos empíricos aplicados en el presente trabajo de estudio, tenemos *la observación* que permitirá conocer la realidad del fenómeno de estudio mediante la percepción directa de los objetos.

También se utilizará la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de preguntas cerradas con la finalidad de obtener información específica de los diferentes hoteles, mediante la percepción de los directivos y ejecutivos de instituciones turísticas de la ciudad de Guayaquil.

A.10 Análisis de Resultados

A continuación se presenta la tabulación de resultados del instrumento de la encuesta, mismo que constaba de diez preguntas cerradas con respuesta en escala Likert, si y no, y selección múltiple, dicha encuesta fue aplicada a las personas que representan diferentes establecimientos del sector hotelero.

Pregunta #1: Como califica el uso del internet para promover la oferta de los servicios hoteleros

Figura 1: Resultados a la pregunta #1

Análisis: Según la percepción de los encuestados, un 60% considera que el uso del internet para promover la oferta es bueno, seguido de un 27% que manifiesta que es excelente, a diferencia de un 13% que manifiestan que puede ser regular. La promoción de los servicios hoteleros mediante el uso del internet se ha convertido en un recurso fundamental pero aun se manejan medios tradicionales.

Pregunta # 2: ¿Qué tipo de red colaborativa utiliza el hotel?

Análisis: El tipo de red que mayormente maneja el sector hotelero de Guayaquil es el de referencias entre clientes con un 47%, seguido del de servicio de transporte que por lo general lo solicitan por medio de compañías de taxi con un 14%. Debido a que algunos no cuentan con suficiente espacio para un parqueadero, el 12% hacen uso de los servicios de parqueos privados, el marketing a través de redes sociales y páginas web también suelen ser usados con un 10%, el marketing digital con un 8% y el de reservas por página web un 9%.

Pregunta #3: ¿Según su percepción cual podría ser el impacto económico que puede tener el uso de redes colaborativas en la oferta y demanda del sector hotelero?

Figura 2: Resultados a la pregunta #3

Análisis: En cuanto al impacto económico que puede tener el uso de las redes colaborativas para efectos de oferta y demanda dentro del sector hotelero, un 60% considera que bueno, seguido de un 40% que manifiestan es excelente. De tal manera que los empresarios consideran que el uso de las redes colaborativas va en aumento y causa un impacto positivo.

Pregunta #4: ¿Considera que el uso de la internet y sus recursos digitales permiten promover la oferta mediante el uso de las TICs?

Figura 3: Resultados a la pregunta #4

Análisis: El 90% de los encuestados respondieron positivamente ante el cuestionamiento, pues consideran que el uso de internet y los medios digitales permite promover la oferta y aumentar las ventas de los diferentes servicios y el 10% asegura que no.

Pregunta #5: ¿El hotel que usted representa, utiliza políticas específicas para los servicios en línea?

Figura 4: Resultados a la pregunta #5

Análisis: Un 60% de los encuestados manifestaron que en los establecimientos donde laboran si han desarrollados políticas exclusivas para los servicios en línea, mientras que otro 40% no han desarrollado formalmente normativas relacionadas al uso del internet como medio de servicios en línea, sino que acogieron el uso de las Tics como recursos inherentes a sus procesos.

Pregunta #6: ¿El hotel que usted representa, hace uso de la economía digital y sus redes colaborativas?

Figura 5: Resultados a la pregunta #6

Análisis: En cuanto al uso de la economía digital, el 70% de los encuestados respondieron positivamente, pues manifiestan que en la actualidad es fundamental el uso de la economía digital y sus redes colaborativas para efectos de oferta y demanda mientras que el 30% respondió que no debido a su escaso conocimiento.

Pregunta #7: ¿Opina usted que la aplicación de la economía digital, puede incidir en la reducción de costos en el sector hotelero?

Figura 6: Resultados a la pregunta #7

Análisis: En referencia a si el uso de la economía digital incide en la reducción de costos y beneficia al sector hotelero, el 80% de los encuestados respondieron positivamente, a diferencia de un 20% que manifestaron que no, la discrepancia ocurre pues existe diferentes perspectivas, los que han invertido en la economía digital conocen los resultados mientras que otros se abstienen de aplicar sus beneficios.

Pregunta #8: ¿Considera que los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas deben utilizar los medios digitales no sólo para publicidad sino para ofrecer servicios?

Gráfico 8: Resultado de la pregunta 8

En referencia a si el uso de la economía digital incide en la reducción de costos y beneficia al sector hotelero, el 80% de los encuestados respondieron positivamente, a diferencia de un 20% que manifestaron que no, la discrepancia ocurre pues existe diferentes perspectivas, los que han invertido en la economía digital conocen los resultados mientras que otros se abstienen de aplicar sus beneficios.

Pregunta #9: ¿Con que finalidad, hace uso de la economía digital y sus redes colaborativas?

Figura 9: Resultados a la pregunta #9

Análisis: En cuanto al uso de la economía digital, los encuestados respondieron que es utilizada como estrategia de marketing un 100%, por otro lado un 73% hace énfasis en que mejorar el servicio al cliente, otro 87% manifestaron que fomenta el uso de dinero electrónico, y un 33% se refieren a otros usos, como conocer la estrategia de la competencia.

Pregunta #10: ¿Por qué la economía digital puede incidir en la reducción de costos del sector hotelero?:

Figura 10: Resultados a la pregunta #10

Análisis: En referencia al porque el uso de la economía digital incide en la reducción de costos y beneficia al sector hotelero, el 80% destaca el comercio electrónico, el 100% resalta las ventajas de internet y un 67% expresan que existe un ahorro en trabajos manuales, pues mediante el uso de la internet se optimiza el trabajo.

3. Diagnóstico

A.11 Identificación del problema

Para diagnosticar la problemática propuesta, fue necesario analizar unos de los principales problemas que se presentan en el sector hotelero de la Ciudad Guayaquil, específicamente para generar el valor agregado, donde se relaciona el uso y dominio de la economía digital como estrategia económica en empresas del sector turístico.

Problema: “Analizar la influencia que poseen las redes colaborativas en la ampliación del mercado y la generación de valor agregado.”

A.12 Análisis de involucrados

Los beneficiarios directos e indirectos de la problemática antes mencionada, son las personas que administran las empresas hoteleras, los clientes internos y externos y agencia de viajes, estos que podrán gozar de los beneficios del uso de la tecnología como recurso económico. A continuación se especifican a los involucrados:

- Administradores de Hoteles: Implementan servicios
- Empleados de Hoteles: Atención al usuario
- Clientes / Turistas: Adquieren servicios
- Agencias de Viajes: Promueven y ofertan servicios

3.3 Análisis de causas y efectos

A continuación, se presenta el árbol de causas y efectos dentro de la presente investigación, de ésta manera se presenta la problemática con los objetivos en negativo:

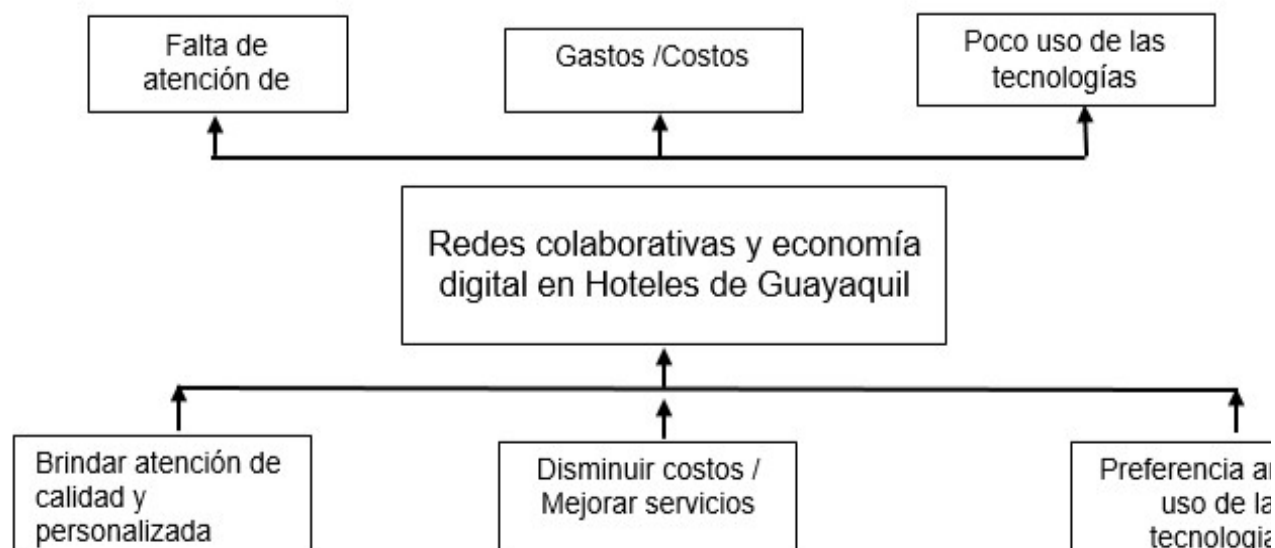


Figura 7: Analisis de causas y efectos

1.1 Identificación de alternativas de solución al problema

Alternativa 1: Elaborar una propuesta para la ampliación del mercado a través de las redes colaborativas.

Alternativa 2: Evaluar la problemática y potenciar los beneficio del uso de las redes colaborativas dentro del sector hotelero.

4. Propuesta de la investigación y Resultados

La propuesta se basa en el fomentar el uso de las redes colaborativas y la economía digital en los Hoteles de la Ciudad de Guayaquil con la finalidad de obtener un mejor beneficio económico, a través del acaparamiento de mas clientes y a su vez que sirva para incrementar la promoción de servicios.

El valor agregado es fundamental para aumentar los ingresos en el sector hotelero. Una buena manera de hacerlo consiste en crear y promocionar

paquetes especiales. Debido a que los paquetes permiten disimular las tarifas que tienen actualmente con elementos que proporcionan un valor añadido a los viajeros que se alojan en tu hotel.

La publicidad juega un papel importante a la hora de promocionar un hotel con la finalidad de captar nuevos clientes, los sitios web son lugares propicios para esto, ya que hoy en día tanto los turistas nacionales como internacionales hacen uso de este medio para buscar información del hotel y realizar reservas.

Estrategia para el uso de las redes colaborativas

En la actualidad existe el uso de las redes colaborativas como medio para que los hoteles puedan promocionar sus servicios y así darse a conocer, pero no se lo realiza de una manera tan eficiente como se podría lograr. En base al diagnóstico realizado a continuación se presenta una estrategia general que puede optimizar el uso de las redes colaborativas y la economía digital en Hoteles de la Ciudad de Guayaquil.

La estrategia que se sugiere aplicar, abarca la oportuna realización de un estudio de mercado acerca del uso de la economía digital, el cual ayudará a analizar la oferta y la demanda existente en el sector hotelero, recolectar información sobre las necesidades y preferencias de los clientes y con estos resultados se conocería de forma correcta que tipo de redes colaborativas podrían funcionar.

El servicio personalizado para cada cliente es fundamental, ya que cada uno suele tener necesidades distintas, permitir que el cliente pueda revisar, separar y pagar por un servicio, sin necesidad de un intermediario, es un medio de generar valor agregado a los servicios que puedan ofrecer los hoteles. Sobre todo porque existen turistas a nivel nacional e internacional con culturas muy diversas.

Hoy en día es muy común que aquellos clientes que busquen servicios hoteleros lo realicen a través del internet, es por ello que se podría atraer clientes nuevos que utilicen la tecnología por medio de sitios web como

tripadvisor u otros donde vendan estadias en hoteles ya que en ellos funcionan los comentarios como una red colaborativa de referencias.

Los comentarios positivos que escriben los clientes sobre el hotel tienen un gran efecto sobre el sector hotelero, debido a que influyen en las decisiones tomadas ya sean estos positivos o negativos estos comentarios. Por eso, los hoteles deben dedicar un apartado de la página web a mostrarlos e incentivar a los clientes para que, una vez hayan dejado el establecimiento, publiquen algún comentario en las páginas web de opiniones, como TripAdvisor.

Otro punto importante es el fomentar las alianzas con agencias de viajes que hagan uso de la redes colaborativas, en la actualidad los turistas hacen uso de servicios de forma individual cuando podría realizarse de forma de paquetes, que puedan brindar el servicio desde que el viajero sale desde un punto hasta que regrese a ese mismo punto, en los que desencadena servicios como boletos aéreos, hospedaje, servicios de entretenimiento entre otros.

Estas alianzas son una medida para solucionar la estacionalidad típica del sector del turismo, las cuales no sólo son una opción para vender en las temporadas altas, sino también durante todo el año. Para realizar una buena gestión de todas estas actividades, deben aprovechar los recursos tecnológicos. Las nuevas aplicaciones permiten dirigirse a segmentos concretos de turistas, informarles de ofertas especiales o mejorar su experiencia de compra y, por tanto, ayudará a comercializar sus productos. Por eso, su uso no se debe quedar en tener una página web en la que sólo se actualice la información sino que debería existir una interacción con los clientes.

El turismo fue una de las primeras industrias a la hora de desarrollar su actividad en Internet. Las reservas online o la presencia de páginas como Booking o TripAdvisor, que disponen de las ofertas de varias empresas, son algunos ejemplos. Estar presente en estas páginas o crear un sistema propio de solicitudes ayudará a comercializar los servicios de la compañía. (Claver, E., Pereira, J., De juana, S., & Andreu, R.).

Unirse a este tipo de iniciativas crea una oportunidad para que los hoteles se alfen entre si y que puedan crear juntas una gran cadena en la que si a una le

va bien, beneficiará a las otras. Además, también facilitará la afluencia de turistas durante todo el año.

Conclusión

En base al trabajo investigativo desarrollado, a continuación se presentan las principales conclusiones en base al instrumento de la encuesta y el diagnóstico realizado:

- El uso de las redes colaborativas y la economía digital inciden positivamente en las empresas del sector hotelero de la Ciudad de Guayaquil.
- El uso de la economía digital beneficia a la empresa pues permite el ahorro de costes, mejorar el servicio y utilizar el comercio y el dinero electrónico.
- El buen uso de las tecnologías de la información, ha permitido mejorar la atención brindada al cliente, y hacerlo de manera eficaz y personalizada.
- Regularmente no existen políticas establecidas en los hoteles acerca del manejo de las redes colaborativas ni de la economía digital, esta se maneja más bien de manera empírica.
- Existen diversos usos para las redes colaborativas y tecnologías de la información, tales como estrategia de marketing, conocer la estrategia de la competencia, fomentar el comercio electrónico, brindar un mejor servicio (de manera virtual y en tiempo real) y promover el uso de pagos electrónico.
- A nivel planetario, la economía colaborativa crece actualmente entre el 15% y el 17% por año. (Diario El Telégrafo, 2016)

RECOMENDACIONES

- Es necesario e importante que la empresa hotelera, realice un estudio de mercado para que defina la demanda establezca la necesidad de utilizar las redes colaborativas y la economía digital y oferta para identificar quienes pueden proveer de los servicios que se requieran.
- Es necesario que la empresa hotelera diseñe manuales y políticas que relacionen a la economía digital dentro de las funciones propias de cada establecimiento.

B. Bibliografía

- Alomoto, J., & Villacrés, J. (2013). *Respositorio Universidad Central del Ecuador*.
Obtenido de La economía digital como mecanismo para mejorar la
productividad y competitividad de las Pymes en el Sector Turístico:
<http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/2562/1/T-UCE-0005-423.pdf>
- Asociación española ingenieros de telecomunicación. (junio de 2016). *Economía Colaborativa*. Obtenido de Informe sobre Economía Colaborativa:
http://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf
- Castells, M. (2002). *La era de la información*. Recuperado el 19 de Abril de 2017
- Castells, M. (2002). *La era de la información*.
- Claver, E., Pereira, J., De juana, S., & Andreu, R. (2004). *Repositorio Universidad de Alicante*. Obtenido de Consecuencia de la presencia de las nuevas tecnologías de informacion y la comunicacion en la rentabilidad, calidad y recursos humanos de los Hoteles de la Provincia de Alicante:
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27956/1/2004_Turitec.pdf
- Díaz Cruz, R. (2014). Cuerspos desgarrados, vidas precarias: violencia, ritualization, perfomance. *Scielo*. Recuperado el 18 de Abril de 2017, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172014000200007
- Gabelas, J. (2009). *El universo ubicuo: nuevos escenarios, nuevas relaciones, otra comunicación*.
- Jurado Béjar, E. (2011). *Las redes colaborativas en la economía digital y su poder en la reducción de costos*.
- Jurado, E. (2011). *Redes colaborativas en la economía digital y su poder en la reducción de costos*. Ecuador: Universidad Espíritu Santo.
- Latour, B. (2004). *La esperanza de pandora. Ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia*. Barcelona: Gedisa.

- Levy, P. (2002). *L'Intelligence collective*. La Découverte.
- Meléndez S., Á. (15 de Abril de 2015). El despunte o no de la industria hotelera. (M. Andrade, Ed.) *Gestión Economía y Sociedad*(250), 49. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2015/04/Tema-Central-250.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2013). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador-aporta-1-100-millones-de-dolares-a-la-economia-3/>
- Ministerio de Turismo. (12 de Mayo de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/guayaquil-consolida-su-desarrollo-como-destino-de-convenciones-de-clase-mundial/>
- Ministerio del turismo. (26 de Junio de 2015). *Ministerio del turismo*. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/cerca-de-un-millon-de-personas-visitaran-guayaquil-y-quito-por-la-visita-del-papa-francisco/>
- New Media Consortium, & Educause learning Initiative. (2008). *El informe Horizon*. Educause. Recuperado el 20 de Abril de 2017
- Parra, E. (2016). *Existe un Modelo Turístico Canario*. Obtenido de Capítulo 4: Economía digital en turismo y competitividad turística: http://www.pasosonline.org/Publicados/pasos_difunde/libro-vol-2_Existen_un_modelo_turistico_canario.pdf#page=66
- Ravier, A. (2014). Recuperado el 18 de Abril de 2017
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puestos: el nacimiento de una nueva era*.
- Sanjay , K., & Mohanbir , S. (2010). Growth through focus. *Strategy / Competition*.
- Sirvent, M. (2004). La investigación social y el compromiso del investigador: contradicciones y desafíos del presente momento histórico en Argentina. *Revista del Instituto en Investigaciones en Ciencias de la Educación UBA Año XII Nro.22* , <https://cursoensenada2011.files.wordpress.com/2011/05/sirvent-2010-y-otros.pdf>.

Sprenger, R. (2005). *La rebelión del individuo*. Diaz de santos.

Trivago. (2017). Recuperado el 17 de Abril de 2017, de

<https://www.trivago.com.ec/?>

[iPathId=408436&bDispMoreFilter=false&aDateRange%5Barr%5D=2017-05-07&aDateRange%5Bdep%5D=2017-05-](https://www.trivago.com.ec/?iPathId=408436&bDispMoreFilter=false&aDateRange%5Barr%5D=2017-05-07&aDateRange%5Bdep%5D=2017-05-08&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&iRoomType=7&sOrderBy=relevance%20desc&aPartner=&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&iOffset=0&)

[08&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&iRoomType=7&sOrderBy=relevance](https://www.trivago.com.ec/?iPathId=408436&bDispMoreFilter=false&aDateRange%5Barr%5D=2017-05-07&aDateRange%5Bdep%5D=2017-05-08&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&iRoomType=7&sOrderBy=relevance%20desc&aPartner=&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&iOffset=0&)

[%20desc&aPartner=&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&iOffset=0&](https://www.trivago.com.ec/?iPathId=408436&bDispMoreFilter=false&aDateRange%5Barr%5D=2017-05-07&aDateRange%5Bdep%5D=2017-05-08&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&iRoomType=7&sOrderBy=relevance%20desc&aPartner=&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&iOffset=0&)

C. Anexos

Formato de Encuesta

El presente formato de encuesta, está dirigido a los directivos y ejecutivos de reconocidos Hoteles de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de diagnosticar la situación actual de la economía digital (colaboración en red entre la oferta y la demanda) del sector hotelero.

Nº	Las siguientes preguntas deben ser marcadas con una X, con una escala del 1 al 4, siendo el 1 el valor menor hasta el 4 el valor máximo de esta escala.	1 M a l a	2 R e g u l a r	3 B u e n a	4 E x c e l e n t e
1.	Como califica el uso del internet para promover la oferta de los servicios hoteleros				
2.	Cómo calificaría el uso de la economía digital				
3.	¿Según su percepción cual podría ser el impacto económico que puede tener el uso de redes colaborativas en la oferta y demanda del sector hotelero?				
En el siguiente enunciado favor responder			Si	No	
4.	¿Considera que el uso de la internet y sus recursos digitales permiten promover la oferta mediante el uso de las TICs?				
5.	¿El hotel que usted representa, utiliza políticas específicas para los servicios en línea?				
6.	¿El hotel que usted representa, hace uso de la economía digital y sus redes colaborativas?				
7.	¿Opina usted que la aplicación de la economía digital, puede incidir en la reducción de costos en el sector hotelero?				

8. ¿Considera que los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas deben utilizar los medios digitales no sólo para publicidad sino para ofrecer servicios?

9. ¿Con que finalidad, hace uso de la economía digital y sus redes colaborativas?

Estrategia de Marketing
 Mejor servicio al cliente
 Uso de dinero electrónico
 Otros

10. ¿Por qué la economía digital puede incidir en la reducción de costos del sector hotelero?:

Comercio electronico
Las ventajas del internet
Ahorro en trabajos manuales
Otros
