

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y humanísticas

Diseño de una herramienta de diagnóstico para los procesos de gestión y digitalización en las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad Guayaquil

Proyecto integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Bryan Steven Aviles Guerrero

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2022

Dedicatoria

Le dedico el presente trabajo a mis padres quienes fueron un pilar de apoyo en toda esta etapa académica, sin ellos yo no hubiera logrado nada. A mis hermanos, que también han estado conmigo siempre, a mis primos que para mí son mis otros hermanos, a mi primo hermano que está en el cielo que siempre me apoyó, nunca dejaba que yo me rindiera y lastimosamente se me fue hace 2 semanas, en estos momentos él estaría orgulloso de mí, a mi tía Cristina y a mi tío Xavier quienes también llevo en mi corazón y estuvieron conmigo en este proceso. A mi enamorada quien estuvo conmigo desde el pre hasta este momento tan importante, ella fue una de las razones para no rendirme cuando estaba a punto de hacerlo, me motivó y apoyó hasta el final.

Bryan Steven Aviles Guerrero

Agradecimientos

Tengo un profundo agradecimiento a todos quienes contribuyeron en mi proceso académico, con su apoyo y cariño hicieron que la carrera me agrade. Agradezco a los profesores de mi carrera porque estuvieron para cualquier inquietud que se me presentaba, siempre dispuestos a brindarme una mano, especial a mi docente Lady Soto y mi profesor Sebastián Calle, quienes eran mi apoyo en esta etapa y les tengo un gran cariño. Al profesor Mathias Pecot, porque demostró siempre amabilidad y paciencia cuando me empezaba a desesperar en esta etapa, siempre fue positivo y me hizo confiar en mí. Agradezco a mis padres, hermanos, tíos, primos quienes estuvieron ayudándome en cada cosa que necesitaba, siempre fueron incondicionales. A mi enamorada Genesis, quien pasaba horas de horas alado mío guiándome y asesorándome en esta etapa final.

Bryan Steven Aviles Guerrero

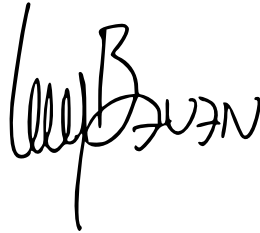
Declaración expresa

“Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Bryan Steven Aviles Guerrero y doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Bryan Aviles Guerrero

Evaluadores

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Raizza Belén'.

Ph.d Mathias Max Claude Pécot

PROFESOR DE LA MATERIA

Msc. Raizza Belén, Maquizaca Najera

PROFESOR TUTOR

Resumen

El sector hotelero, es considerado como una fuente importante para la economía de un país, sin embargo, este sector ha tenido que sobrevivir debido varios factores negativos que puede pasar un país, como son: la inseguridad, una pandemia, falta de información. Es importante reconocer que para que estos sectores vayan en aumento deben estar en constante innovación por eso, el objetivo de este proyecto es poder desarrollar una herramienta que ayude a medir el nivel de gestión y digitalización de hoteles de 2 estrellas de la ciudad Guayaquil, para esto se realizó encuestas con los clientes principales, lo cual se logró identificar cuáles son los problemas que conllevan a que los hoteles tengan poca tecnología.

Mediante la metodología aplicada se tomó una muestra de 9 hoteles lo, se demostró que la mayoría de estos establecimientos mantienen una digitalización estable, sin embargo, el MINTUR debería organizar charlas o cursos que sean dirigidos especialmente para este sector. Cabe destacar que en la ciudad de Guayaquil existe un registro de 27 establecimientos de 2 estrellas.

A través de los resultados de la encuesta se pudo tomar la decisión de cuál sería el prototipo ideal, por lo tanto, se puede concluir que el prototipo ayudara tanto al MINTUR a poder agilizar el proceso de reconocimiento de cada hotel y a su vez ayudara a los clientes a saber en qué nivel de digitalización y gestión se encuentran siendo así un beneficio así se podrá desarrollar objetivos estratégicos con el fin de mejorar la eficiencia y eficacia de los establecimientos.

Palabras Claves: Industria Hotelera, organización, digitalización, turismo, MINTUR.

Abstract

Hotel sector is considered as an important source for the economy of a country, however, this sector had to survive to many negative impacts like insecurity, pandemic, and lack of information. It is important to recognize the importance of innovation specially in sectors that are constantly growing, the goals of this project is to develop a tool that helps to measure the level of management and digitization in the two stars hotels of Guayaquil city. Through many surveys it was possible to identify the problems that hotels with lack of technology have.

By the methodology used, 9 hotels were taken as a sample, and it was shown that the majority of these establishments keep an stable digitization but the Ministry of Tourism MINTUR had to organize courses and talks addressed to this sector. It is important to highlight that there are 27 hotels of two stars in Guayaquil.

With the results of the surveys, it was possible to decide how the prototype should be thus we can conclude that the prototype is going to help MINTUR facilitating the recognition of every hotel and at the same time it can help the hotels to know the levels of digitization and management they are in to develop strategic objectives with the aim of improve the efficiency and effectiveness of the accommodation establishments.

Keywords: *Hotel industry, organization, digitization, tourism, MINTUR*

Índice General

Resumen	i
<i>Abstract</i>	ii
Abreviaturas	v
Índice De Figuras	vi
Índice De Tablas.....	vii
Índice De Anexos	viii
Capítulo 1.....	9
1. Introducción.....	9
1.1. Descripción del Problema	10
1.2. Justificación del Problema	12
1.3. Objetivos.....	13
1.3.1. Objetivo General.....	13
1.3.2. Objetivos Específico	13
1.4. Marco Teórico.....	13
1.4.1. Estado del Arte	13
1.4.2. Bases Científicas y Teóricas de la Temática	14
1.4.2.1. Sector Hotelero	14
1.4.2.2. Key performance indicators KPI (Indicadores claves de desempeño)	14
1.4.2.3. Clasificación y Categoría de los Establecimientos de Alojamiento	15
Hotel (H)	15
1.4.2.4. Procesos de gestión	16
1.4.2.5. Proceso de digitalización	16
1.4.2.6. Transformación digital	17
1.4.2.7. Innovación	17
1.5. Marco Legal	18
Capítulo 2.....	20
2. Metodología	20
2.1. Marco Metodológico	20
2.1.1. Descubrimiento y empatización	22
2.1.2. Análisis y definición de criterio	23
2.1.3. Ideación y prototipaje.....	24
2.1.4. Experimentación y validación	25
2.1.5. Criterios de Rigor y Ética	25
Capítulo 3.....	28

3. Resultados	28
3.1. Resultados de Objetivo Especifico 1	28
3.2. Resultados de Objetivo Especifico 2	30
3.3. Resultados de Objetivo Especifico 3	32
Capítulo 4.....	39
4. Conclusiones Y Recomendaciones.....	39
4.1. Conclusiones.....	39
4.2. Recomendaciones.....	40
Bibliografía.....	70

Abreviaturas

MINTUR Ministerio de Turismo

Índice De Figuras

Figura 1. Hotel Ecuador en la ciudad de Guayaquil	16
Figura 2. Design Thinking	21
Figura 3. Etapas de Prototipo	27

Índice De Tablas

Tabla 1. Tabla de Puntuación	34
Tabla 2. Resultados finales.....	34
Tabla 3. Tabla de puntuaciones	35
Tabla 4. Activos Fijos Intangibles	38

Índice De Anexos

Anexo 1. Mapa de Empatía	41
Anexo 2. Análisis DAFO	41
Anexo 3. Árbol del Problema	41
Anexo 4. Diagrama de flujo.....	42
Anexo 5. Blue Print	42
Anexo 6. Brainstorming.....	43
Anexo 7. Propuesta de Valor	43
Anexo 8. Encuestas	45
Anexo 9. Modelo Canvas.....	49
Anexo 10. Resultados de las encuestas.....	50
Anexo 11. Resultados segun la escala de likert.....	61
Anexo 12. Respaldo de encuestas realizadas.....	63
Anexo 13. Evidencias	67
Anexo 14. Ejemplo de pagina web	68
Anexo 15. Poster del proyecto.....	69

Capítulo 1

1. Introducción

La industria hotelera ha sido considerada como un punto destacado dentro del crecimiento de la sociedad. Desde el siglo V al XV los comerciantes ya viajaban de ciudad en ciudad y debido a que no existían carreteras sus viajes eran demasiados largos y es ahí donde surgió la necesidad de poder crear un servicio donde se puedan hospedar y pasar la noche (Aluisa Abad, 2019).

El auge de este sector inició durante la revolución industrial, donde se empezó a crear carreteras con el fin de unir las ciudades, y debido a la demanda de personas en las urbes se empezó ofreciendo el servicio en casas familiares, hasta que se fueron creando los hostales y hoteles. Se considera que Ecuador es un país con un alto nivel de turismo, por lo cual la innovación en estos establecimientos debe ser constante, siendo así este sector una fuente de ingresos importante para el país (Aluisa Abad, 2019).

Con base al Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, acuerdo ministerial 24 con fecha de adopción 24 de marzo de 2025, nos indica que se divide a los prestadores de alojamiento por categorías y en la ciudad de Guayaquil se encuentran registrados 71 establecimientos en el catastro (Ministerio de Turismo, 2022).

Este sector ha ido en aumento año tras año, por lo cual los inversionistas destinan dinero hacia la creación de nuevos establecimientos, según datos del Ministerio de Turismo, en la ciudad de Guayaquil para el año 2021 contaban con aproximadamente 4.345 habitaciones; esto debido a que el país recién se estaba recuperando por la pandemia del COVID-19 en el año 2020, sin embargo, para el 2022 aumentó a 6.464 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2022).

Sin embargo, la digitalización y su forma de gestión, es importante para este sector, por lo que usar la tecnología en el área es sumamente importante, tanto para los trabajadores como para los huéspedes. Las TICS facilitan obtener información de una manera ágil y se registra a los clientes de una manera eficiente. Sin embargo, es importante reconocer que no todos los

hoteles tendrán el mismo nivel de digitalización debido a que no todos están desarrollados, por razones como falta de dinero para invertir o ser un establecimiento muy poco recurrido (Pagador Barton y Uriarte Delgado, 2020).

Existen diferentes tipos de innovación como, por ejemplo: la innovación de producto, proceso, organización y marketing; por ello cada establecimiento debería tener objetivos a corto plazo, donde se planteen medir el tipo de digitalización e ir innovando poco a poco teniendo en cuenta los tipos de actualización mencionados anteriormente (Hinojosa Galván, et al., 2016).

La finalidad de este trabajo es poder crear una herramienta que sirva para el análisis eficiente de gestión y digitalización de las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil.

1.1. Descripción del Problema

El siguiente trabajo de investigación se realiza mediante una idea propuesta por el Ministerio de Turismo (MINTUR), orientado al análisis del sector hotelero específicamente los de categoría 2 estrellas en la ciudad de Guayaquil.

El Ministerio de Turismo es el ente encargado de plantear objetivos estratégicos con el fin de incrementar el posicionamiento del país y la seguridad de los turistas, además de velar por el cumplimiento de normativas de estos establecimientos.

El sector hotelero es una fuente de ingresos para la urbe, por lo que debe ser uno de los sectores a los cuales se debe dar mayor importancia interna, en este caso en sus procesos de gestión como: administrativo, financiero y operativo. Además, es necesario prestar atención a la parte externa como la infraestructura, para que la empresa logre captar la atención del cliente.

La mayoría de los establecimientos no cuentan con una innovación necesaria dentro de su gestión y digitalización, esto se puede observar mediante las encuestas que se realizó, de las cuales se pudo analizar las carencias que existen dentro de los mismos y cuáles son sus impedimentos que no les permiten avanzar tecnológicamente. Por consiguiente, el desafío de este trabajo es poder desarrollar una herramienta eficiente que pueda ser utilizada por los

hoteles de categoría 2 estrellas con el fin de que puedan analizar en qué situación se encuentran.

Cabe indicar que la digitalización dentro de un giro de negocios es indispensable, ya que esta herramienta ayuda a que se mejoren las estrategias, tanto para el área operativa como para brindar mayor seguridad a los clientes, por lo cual es importante que la innovación sea constante en el sector (Cachay Olivera y Espino Blair, 2021).

El sector hotelero de Guayaquil se vio afectado debido a la pandemia por el virus del COVID-19, muchos negocios tuvieron que cambiar su manera de gestión y metodología implementado nuevas estrategias para no desaparecer del mercado, entre ellas la implementación de las normas de bioseguridad, reducción de aforo e incluso alquilar habitaciones solo que las personas pasen su periodo de cuarentena. En Ecuador los establecimientos hoteleros no tienen planificación integral, la cual es necesaria para un crecimiento de un negocio y generar satisfacción en usuarios (Pinargote Montenegro y Loor Chávez, 2021).

En el periodo 2021 los establecimientos hoteleros optaron por cambiar las estrategias financieras, este dato se corrobora con entrevistas a 9 expertos de los establecimientos hoteleros de Guayaquil, de los cuales se encuentran los actores como: gerentes, propietarios y los administradores del negocio. Como nuevos mecanismos se reduce los precios e implementan protocolos de bioseguridad, se reducen gastos fijos, se innova en marketing en plataformas de pagos, aumentan la presencia del establecimiento en redes sociales, realizan descuentos y promociones por temporada para poder reactivar el mercado, los de alta categoría invierten en software para el registro de huéspedes. Para el descubrimiento del proceso de control los gerentes realizaron trabajos operativos, debido a que se redujo personal en la mayoría de los establecimientos (Jimenes, 2022).

En la actualidad el sector hotelero evidencia recuperación, debido a los objetivos estratégicos de la Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil. Dicha entidad crea eventos festivos en fechas conmemorativas y esto hace que los turistas opten por viajar a la ciudad (Turisec, 2022). Al mismo tiempo, se crearon protocolos de seguridad por el mes de

diciembre para brindar tranquilidad a las personas que realizan turismo en zonas turísticas y comerciales del centro de la urbe.

Esto debido a que el nivel de inseguridad afecta al sector turístico y al económico, según Julio Jiménez representante de Hoteles Servicios Turísticos y Ejecutivos, quien agrega que existen negocios que están cerrando sus puertas por la criminalidad. Él menciona que se debe impulsar una mejora en la imagen del sector mediante movilizaciones seguras de turistas (Turisec, 2022).

1.2. Justificación del Problema

Este proyecto surge debido a las brechas digitales que existen en estos establecimientos y también de la necesidad de obtener información confiable de las micro y pequeñas empresas del sector hotelero de Guayaquil, el diagnóstico de la situación permite analizar si existen problemas dentro del establecimiento para así lograr una toma de decisión para una mejora. En caso de que no existan problemas se apunta a mejorar el aspecto más débil, es decir comenzar con una pequeña gestión del cambio o en otras palabras se empieza a innovar el establecimiento. Esto logra que las micro y pequeñas empresas logren una transformación digital y generen un valor agregado en el mercado con un servicio de calidad en estos aspectos.

Para la elaboración de este proyecto se recurrió a una búsqueda documental que involucró la revisión de tesis previas y artículos científicos; además, se efectuaron 5 salidas de campo para lograr recolectar más datos de los establecimientos, de las cuales se logró obtener información de 9 establecimientos y con eso se pudo tener una guía para elaborar la herramienta mediante toda la información recolectada. Una vez recogida la data se tiene una visión de cómo se encuentran las empresas actualmente y se compara con los demás establecimientos del sector.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Diseñar una herramienta de diagnóstico sobre los procesos de gestión y digitalización en los hoteles de categoría 2 estrellas en la ciudad de Guayaquil, para la agilización de información para el MINTUR.

1.3.2. Objetivos Específico

1. Analizar la situación actual del sector hotelero de la ciudad de Guayaquil para la contextualización de los prestadores de servicios turísticos de alojamiento.
2. Realizar un análisis de procesos de gestión y digitalización en las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil
3. Desarrollar una herramienta para la evaluación del nivel de digitalización en las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil.

1.4. Marco Teórico

1.4.1. Estado del Arte

Según los autores Carballea Orihuela, et al.(2021) para diseñar un modelo de gestión hotelera que innove en entidades del MINTUR es necesario recolectar información primaria para conocer cuán importante es reforzar la innovación, la gestión y, sobre todo, tener objetivos estratégicos que permitan sobrellevar los riesgos y problemas del área, para que se pueda priorizar y mejorar la gestión del establecimiento.

Según los autores Granda y Campoverde (2022) el nivel de digitalización de las empresas en Ecuador indica que existe un nivel de madurez digital bajo, por lo tanto, es necesario replantear los objetivos estratégicos, con el fin de poder llegar a encontrar el problema a fondo y así poder crear recomendaciones para una correcta decisión en la mejora de los procesos.

Por su parte Prieto Izquierdo, Katherine (2022) en su trabajo para la innovación tecnológica y mejora de la gestión empresarial en hoteles de 3 estrellas de Babahoyo determinó 3 fases para poder entender la problemática en el sector. La primera fase fue analizar el estado de innovación que tienen los establecimientos, en la segunda fase verificó

los componentes relacionados con la innovación y en la tercera creó la herramienta para el hotel. Gracias a entrevistas con los encargados de los establecimientos se concluyó que los hoteles de Babahoyo tienen una escasez al momento de hablar sobre gestión y digitalización, por ende, se deben crear estrategias de innovación.

Para los autores Aravena, Fara y Torres en su proyecto de titulación tienen como objetivo principal conocer como es la realidad de una organización para su cumplimiento con el tema económico, esta herramienta genera dos gráficos que ayudan a observar detalladamente el comportamiento de cada área de la empresa estudiada, los cuales van a variar por el puntaje que logren obtener cada área. Y por último obtienen un esquema radial donde nos permite observar el grado de logro de la organización (Aravena Lienqueo, et al., 2012).

1.4.2. Bases Científicas y Teóricas de la Temática

1.4.2.1. Sector Hotelero

Según el autor Fernandez Alles (2011), el sector hotelero y el sector de turismo van de la mano, el sector hotelero es quien debe estar al día con la innovación, es quien recibe aproximadamente 2.107.692 turistas por año, por ende, deben sentirse seguros, cómodos y sobre todo brindar una excelente experiencia, por lo cual tienen una responsabilidad social hacia los clientes (págs. 47-57).

Los siguientes autores en su investigación nos indican que el sector hotelero aumento un 28% durante los años 2016 y 2017, lo cual beneficio al país con aproximadamente trecientos setenta y cuatro millones de dólares, lo cual sigue siendo un sector de suma importancia, ya que genera empleos a los ecuatorianos y a su vez ayuda a la economía nacional (Márquez Ortiz et al., 2021).

1.4.2.2. Key performance indicators KPI (Indicadores claves de desempeño)

Traducido al español significa indicadores claves de desempeño y estas son métricas que facilitan la medición del desempeño de los procesos de tal manera que sirvan como guía para encontrar problemas que se deban mejorar en una empresa. Por lo general estos indicadores sirven para reflejar y medir las guías estratégicas de la empresa y eso hace que la organización se mueva hacia un futuro exitoso, esta herramienta permite ver el estado en el que se

encuentran las áreas en donde se realiza más movimiento dentro de una organización (Cruz García, et al., 2008).

En el sector hotelero es muy importante hacer un seguimiento de los KPI debido a que permite a los propietarios de estos establecimientos a tomar decisiones correctas analizadas por este indicador. Ayuda a comparar resultados pasados para visualizar el cambio del hotel después de haber realizado un último chequeo. Esta herramienta en el sector hotelero es una herramienta muy eficiente para analizar los puntos fuertes y débiles y como mejorarlos. Los Indicadores más importantes en esa industria son: tarifa promedio diaria, generación de ingresos por habitación disponible, duración de la estancia, tasa de ocupación, reservas online, indicador de ingreso por habitación y por último el indicador de ocupación. Es por todo lo mencionado anteriormente que las métricas o indicadores claves de desempeño deben de ser comprendidas para tomar decisiones correctas y así las organizaciones del sector hotelero logren una mejoría alcanzando el éxito (Brown, 2021).

1.4.2.3. Clasificación y Categoría de los Establecimientos de Alojamiento

En el Art. 3, del Reglamento de Alojamiento Turístico, define a la categoría como una herramienta que permite medir la infraestructura, los servicios brindados hacia los clientes, se clasifican en un rango de 1 a 5 estrellas. La categoría única es una excepción debido a que no se puede medir a los establecimientos por estrellas, esta categoría es utilizada en campamentos turísticos, casa de huéspedes y refugios (Ministerio de Turismo , 2015).

En el Art. 12, del Reglamento de Alojamiento Turístico nos indica la clasificación de los establecimientos de alojamiento con sus respectivas nomenclaturas (Ministerio de Turismo , 2015).

Hotel (H)

En los hoteles se ofrecen el servicio de hospedaje con sus respectivas habitaciones individuales, las cuales cuentan con cuarto de baño privado, incluyendo servicio de restaurante, para ser un hotel debe tener mínimo 5 habitaciones. La categoría de este establecimiento puede ser de 2 a 5 estrellas.

Figura 1. Hotel Ecuador en la ciudad de Guayaquil



Fuente: Hotel Ecuador

1.4.2.4. Procesos de gestión

El proceso de gestión es una doctrina que sirve para poder identificar, controlar, formar, diseñar y mejorar cada vez una organización, con el fin de obtener la mirada de los clientes, en otras palabras, el proceso de gestión nos sirve para poder ampliar la productividad en las empresas, con eficiencia y eficacia (Bravo Carrasco , 2011).

Según el autor Maldonado (2018), define el proceso de gestión como la capacidad de entendimiento visibilidad y control de cada una de las empresas, con el fin de aumentar, posicionar la empresa y sobre todo poder satisfacer a los clientes (Pág. 32).

1.4.2.5. Proceso de digitalización

Para los autores Rosales Utrilla & Urbano Pardo (2020) define que el proceso de digitalización es parte fundamental en una empresa, ya que ayuda a tener acceso con mayor rapidez a toda la información interna y externa registrada en el sistema, ya sea por parte del área operativa, financiera, de clientes y empleados.

El sector turístico es muy importante a nivel mundial, las tecnologías brindan a los pequeños establecimientos una ventaja competitiva de los que no pueden hacer uso de estas.

Los empleados deben de capacitarse para aprender a usar estas nuevas tecnologías, así van a mejorar la experiencia de los clientes que visiten estos lugares, algo que beneficia es la globalización del internet y diversas herramientas informáticas para mejorar el servicio relacionado con el sector turístico. La digitalización cada día incide en la manera de planificar un viaje, indagar en nuevos destinos y poder promocionarlos (Montaudon Tomas, et al., 2020).

1.4.2.6. Transformación digital

La transformación digital se define como el uso de tecnología que permite una mejora sustancial del rendimiento o el alcance de las organizaciones, actualmente todas las empresas a nivel mundial están conociendo a cerca de este tema. Los empresarios de todas las compañías están empezando a utilizar avances digitales como redes sociales, herramientas de análisis y dispositivos inteligentes. Por lo general, las empresas se ven obligadas a innovar y acelerar el proceso de transformación digital para mantenerse competitivos. Una exitosa transformación digital se realiza con la transformación de la organización para aprovechar de las facilidades que brindan las tecnologías en el nuevo mercado. La globalización está logrando que las empresas necesiten de herramientas colaborativas y procesos digitales para mantener una integración eficiente (MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting, 2011).

1.4.2.7. Innovación

La innovación es el surgimiento de nuevas ideas con el fin de mejorar y transformar las necesidades de las empresas que requieran de un cambio. Según la definición realizada por Schumpeter la innovación reside no solo en los cambios de los productos, sino que también engloba una nueva organización, nuevos proveedores y nuevas estrategias de negocios (Ortiz Cantú & Pedroza Zapata, 2006).

Según los autores Escorsa y Valls definen a la innovación como un desarrollo para lograr un beneficio a las empresas. Las organizaciones en la actualidad buscan de este proceso para no estancarse en el crecimiento de dicha entidad, debido a que en el mercado existe una gran variedad de competencia (Escorsa Castells & Valls Pasola, 2003).

1.5. Marco Legal

El país tiene leyes específicas para cada campo, con el fin de proteger a las personas, bienes públicos entre otros, a continuación, se detalla las leyes que protegen al sector hotelero.

Ley de Turismo. – El siguiente artículo 5, tiene relación con nuestro proyecto, porque nos indica cuales son las actividades turistas en el País.

Art. 5.-

Según el Art. 5, nos indica cuales son las actividades turistas y remuneradas del País: Alojamiento, Servicio de alimentos y bebidas; Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables (Ministerio de Turismo, 2014).

Reglamento de Alojamiento Turístico. – El siguiente artículo 9, tiene relación con nuestro proyecto, ya que nos indica la forma de como los hoteles de 2 estrellas puedan subir de categoría, donde el punto principal es la digitalización.

Art. 9.-

Según el Art. 9, los establecimientos que quieran cambiar su categoría deben desarrollar el proceso 10 que se trata sobre una herramienta digital expuesta por la Autoridad Nacional de Turismo (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015).

El siguiente artículo 18, tiene relación con nuestro proyecto, ya que nos indica cuales son los requisitos indispensables para que puedan comercializar los hoteles.

Art. 18.-

Según el artículo 18, nos indica que para la correcta comercialización deben usar portales web, donde incluyan toda la información del contacto del establecimiento por ejemplo: dirección, teléfono, mapa de ubicación, tarifas entre otros, adicional deben tener una forma de pago fácil y que en la página web permitan las cancelaciones de reservas y lo más importante es la

obligatoriedad de usar el logo de la Autoridad Nacional de turismo en sus herramientas digitales (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015).

Capítulo 2

2. Metodología

En el siguiente proyecto integrador se analizará cuál es nivel de digitalización del sector hotelero específicamente los hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil, para esta investigación se pensó en una herramienta desarrollada en 4 etapas, el enfoque de este estudio es cuantitativo debido a que se trabajó con encuestas realizadas a gerentes, administrados y trabajadores en general.

2.1. Marco Metodológico

Según el autor Thomas Lockwood define a Design Thinking como la innovación en la investigación, donde se toma en cuenta varios pasos, que son la observación, colaboración y la creación de ideas con el fin de resolver problemas y crear estrategias de negocios efectivas (Pelta Resano, 2013). Para este trabajo se procedió a utilizar esta herramienta Design Thinking con el fin de indagar más a fondo el problema referente a nuestro tema y así se pudo crear la herramienta final para la satisfacción de las necesidades de nuestros actores principales que son los hoteles.

A continuación, se observa en la ilustración 2.1 el proceso desing thinking utilizado en este proyecto integrador

Figura 2. Design Thinking



Fuente: Elaboración propia. (2022)

2.1.1. Descubrimiento y empatización

Según los autores, en esta etapa nos sirve de ayuda para poder entender cuáles son las necesidades, problemas físicos y emocionales de nuestros clientes, por ende, nos indica que hay que observar, involucrarnos y escuchar con empatía y así poder crear e innovar nuevas ideas de proyectos a desarrollarse (Muñoz Lugo & Villegas Ramos, 2021). La elaboración de esta etapa comenzó descubriendo la situación actual del sector hotelero de la ciudad de Guayaquil. Para lo cual, el primer objetivo específico tiene una relación con esta etapa debido a que aquí se identificó los problemas de gestión y digitalización de estos establecimientos de alojamiento.

Las técnicas para recolección de dato usadas para esta fase fueron las entrevistas presenciales realizadas a 9 establecimientos, además de encuestas realizadas a estos establecimientos (Ver Anexo 12). Una vez obtenida la información se empezó con la realización del mapa de empatía, la cual es una herramienta que permite identificar lo que piensan, sienten y cómo actúan. Gracias a esta etapa se pudo entender el problema que tienen estos establecimientos.

También se procedió a utilizar la herramienta de la observación que se basa en observar y describir todo lo que se puede apreciar dentro de un establecimiento, como, por ejemplo: tecnologías, acontecimientos, actitudes y nivel de capacitación del personal. Para este proyecto se realizó visitas a 9 establecimientos de 2 estrellas para conocer como manejan su forma de gestión operativa, administrativa y financiera, además de conocer de su conocimiento acerca de las TICS. Esta herramienta también es conocida como observación directa y permite la recolección de datos que las encuestas no cubren, el protocolo para esta observación es que se puede realizar de manera en cubierta, es decir cuando no nos están observando o de manera manifiesta que es la que se hizo para esta etapa donde el usuario está consciente de lo observado.

En esta etapa también fue importante utilizar la técnica DAFO que se encarga de conocer cómo se encuentra actualmente un establecimiento. El DAFO es un acrónimo que

surge de las primeras cuatro letras que son: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades y para la realización de esta herramienta se necesita de un cuadro ya sea de una sola entrada o dos entradas en donde se explican cada uno de los elementos (Sisamon Gil, 2012). En este sentido las debilidades y fortalezas se manejan de manera interna a un proyecto, en cambio las amenazas y oportunidades se manejan de manera externa a un proyecto. Esta herramienta nos permitió observar cómo mejorarían sus debilidades y aumentarían sus fortalezas en su forma de gestión y digitalización y de manera externa permitió analizar los factores que afectan a estos establecimientos. Estos fueron los templates seleccionados para la organización y clasificación de la información que se obtuvo con los usuarios.

2.1.2. Análisis y definición de criterio

El autor indica que para esta etapa se debe tener en claro cuáles son los problemas de nuestros clientes, mediante una lluvia de idea o investigaciones realizadas, se puede identificar cuáles son los puntos por resolver (Plattner, 2018). La segunda etapa del desing thinking, nos indica que debemos analizar y definir nuestro problema, para eso lo asociamos con el segundo objetivo específico, que es realizar un análisis de procesos de gestión y digitalización en las micros y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil, mediante la encuesta cualitativo que se realizó a nuestros clientes, pudimos obtener cuáles son sus dificultades al momento de gestionar el hotel y mantener una digitalización.

Como primera herramienta se utilizó el benchmarking ya que permite realizar un análisis a profundidad de las mejores prácticas que llevan a cabo las organizaciones. Es decir, este template es bueno a la hora de evaluar y analizar los procesos, servicios y productos que poseen otros establecimientos para una comparación y generar estrategias futuras (Guest, 2017). En nuestro proyecto con esta herramienta se logró identificar las áreas que necesitan mejorar y además se logró obtener un amplio conocimiento de los establecimientos del sector hotelero.

En esta etapa de análisis y definición de criterio fue muy útil el mapa de empatía ya utilizado en la primera etapa, debido a que esta herramienta permite descubrir la información interna de las organizaciones.

Por último, planteamos un árbol de problemas general entre los 9 establecimientos, por lo que notamos que sus dificultades coinciden, esta es una herramienta que permite identificar las problemáticas principales de una organización conociendo sus causas y efectos de dichos problemas (Barreto, 2020).

2.1.3. Ideación y prototipaje

El autor indica que para esta etapa debemos trabajar con todo tipo de información, ideas grupales, con fin de poder unir toda la información recabada y desarrollar objetivos que nos ayuden a actuar de manera efectiva, siempre y cuando las ideas sean innovadoras, por otra parte, el prototipaje será la herramienta obtenida mediante el análisis de la creación de ideas (Lugo Muñoz & Ramos Villegas, La Metodología Design Thinking Para la Innovación y Centrada en la Persona, 2021)

Una vez culminado el análisis de las primeras dos etapas del design thinking, se procedió a trabajar con la fase de ideación y prototipaje, para esta etapa es necesario los resultados de las entrevistas realizadas, por lo tanto, se busca realizar el prototipo que se ajuste a las necesidades de nuestros clientes. Por ende, se crea el tercer objetivo específico: Desarrollar una herramienta para la evaluación del nivel de digitalización en micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil.

Para esta etapa se usaron las siguientes herramientas: Blue Print y Brainstorming.

El blue print es una herramienta que nos sirve para poder identificar cuales es la relación que existe entre los diferentes actores, nos ayuda a identificar cuáles son las debilidades y problemas que existe, con el fin de resolver y crear ideas innovadoras para así poder satisfacer al cliente (Perez Savelli & Quiñoñes, 2015).

El Brainstorming es una herramienta usada por un grupo de personas, donde cada una aporta sus ideas, para poder agilizar el proceso y descubrir el problema del tema a investigar. Esta etapa también es conocida como tempestad mental o lluvia de ideas (Fonseca Rodrigues, Dos Reis, & De Lim, 2013).

2.1.4. Experimentación y validación

Esta etapa reside en poner a prueba nuestra herramienta final con los diferentes tipos de clientes con el fin de poder evaluar cuales son los errores y poder plantear una mejora, en esta etapa es necesario la retroalimentación (Lugo Muñoz & Villegas Ramos, La Metodología Design Thinking Para la Innovacion y Centrada en la Persona, 2021)

Para finalizar el proceso design thinking, la etapa de experimentación y validación se relaciona también con el tercer objetivo de este trabajo integrador, en donde una vez se desarrolle el prototipaje se realizará un estudio y encuestas para poder identificar si la herramienta creada fue útil para estos establecimientos hoteleros, o aún hay cambios por resolver.

Para esta etapa se usaron las siguientes herramientas: Lienzo de propuesta de valor y entrevista cualitativa.

Lienzo de propuesta de valor es una herramienta que nos sirve para poder identificar las necesidades de varios clientes a la vez, esta herramienta se trabaja con la innovación y nos ayuda a descubrir cuales son las ganancias, frustraciones del establecimiento y a su vez identificar cuáles son las actividades que ejecuta los hoteles (Design Thinking España, 2022).

Entrevista cualitativa, es una conversación entre dos personas, donde existe el entrevistador que es el encargado de hacer las preguntas y el entrevistado, que es el encargado de responder de manera breve, y con veracidad, en esta herramienta es muy importante la observación, por lo tanto, las entrevistas tienen por finalidad llegar al fondo de un problema y conocer las opiniones de los entrevistados (Lopez Estrada & Deslauriers, 2011). En nuestro trabajo se entrevistó a 9 personas, donde podemos observar en el anexo 8 las preguntas realizadas.

2.1.5. Criterios de Rigor y Ética

El rigor se lo define como una teoría transversal con relación a la elaboración de proyectos de investigación, asimismo ayuda a evaluar de forma cuidadosa los métodos de investigación y de análisis en donde se obtiene y se procesa los datos para dicho proyecto.

Los estudios cualitativos son aquellos en donde puede variar de menor a mayor grado la interacción con las personas que ayudan a la investigación, de la misma manera el estudio cuantitativo es en donde se pueden realizar breves diálogos de entrevistas y pequeñas encuestas, por lo cual se necesita una pequeña interacción de estos participantes para la recolección de información. Este levantamiento de datos solo se podría realizar si existe un mutuo acuerdo de confidencialidad entre los implicados para que la información no sea divulgada. Con el consentimiento informado del participante se podrá realizar una investigación de calidad debido a que se sentirá seguro de brindar información. Al momento de realizar entrevistas y se proceden a grabar dichas sesiones existe un pequeño riesgo de adulterar los resultados debido a que se puede reducir, recortar la sesión original y es por esto por lo que el investigador debe transcribir todo lo mencionado sin cambiar los resultados (Noreña, Moreno, Rojas, & Malpica, 2012).

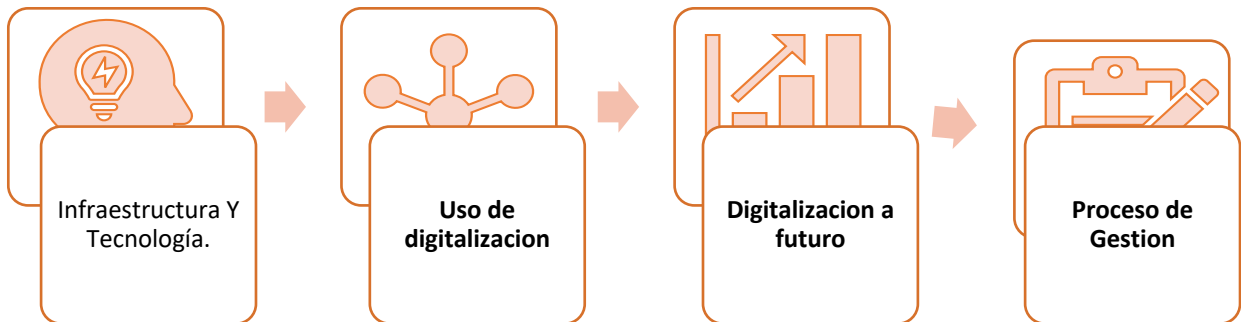
Para la elaboración de este proyecto se tomó en cuenta el criterio de rigor y ética al momento de utilizar fuentes bibliográficas confiables y al realizar encuestas y entrevistas bajo el consentimiento informado a los gerentes y trabajadores de los establecimientos de alojamiento para que nos puedan facilitar sin temor a un mal uso de la información brindada de parte de ellos. A la hora de realizar las entrevistas y encuestas se mostraba la carta con el consentimiento de que aquella reunión sería con fines académicos y de investigación.

Con la colaboración del Ministerio de Turismo se pudo obtener la información de los establecimientos de alojamiento de 1 y 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil en el catastro turístico 2022, así se logró contactar con los hoteles que correspondían a nuestro estudio y nos permitió tener un acercamiento para el levantamiento de datos.

Este proyecto se va a trabajar con fuentes primarias, como son las encuestas y entrevistas y como fuentes secundarias como son los artículos científicos, tesis, páginas web oficiales como es el Ministerio de Turismo (MINTUR). Nuestra población son todos los trabajadores del sector hotelero de 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil y la muestra a entrevistar y encuestar aproximadamente 27 hoteles.

Para el desarrollo de esta herramienta se procedió a realizar una serie de preguntas, sobre la digitalización y la gestión de estos establecimientos. Las preguntas fueron seleccionadas y agrupadas en 4 grupos, a continuación, se desglosará las etapas de nuestra herramienta, las cuales serán medidas por indicadores para obtener un porcentaje final. La encuesta la podemos encontrar en la parte de Anexos.

Figura 3. Etapas de Prototipo



Fuente: Elaboración propia. (2022)

Capítulo 3

3. Resultados

3.1. Resultados de Objetivo Especifico 1

En el primer objetivo de este trabajo se analiza la situación actual del sector hotelero de la ciudad de Guayaquil para la contextualización de los prestadores de servicios turísticos de alojamiento.

Durante el año 2019, el sector hotelero tuvo sus actividades con normalidad, sin embargo, durante la pandemia covid-19, fue decreciente poco a poco, donde se perdió varias fuentes de trabajo e incluso varios establecimientos tuvieron que cerrar, actualmente el sector hotelero ha recuperado sus ventas debido a las empresas públicas y privadas, lo cual busca recuperarse a la cantidad de eventos empresariales que se han ido desarrollando durante el año 2022, del mismo modo estos establecimientos lograron reactivarse por fomentar el turismo por redes sociales (Lideres, 2021).

En efecto, durante el año 2022, los feriados nacionales ayudaron en gran relevancia a la actividad hotelera, para el feriado de semana santa en Guayaquil el sector hotelero aumento un 93% y esto se debe también a la disminución del IVA del 8%, lo cual animaron a turistas tanto nacionales como extranjeros a visitar la ciudad (MINTUR, 2022).

Por otro lado, durante el mismo año, la copa libertadores fue uno de los eventos más importante para la ciudad, lo cual se coordinó con la Alcaldía de Guayaquil en aumentar un 10% a la tarifa regular, con el fin de que no existan una diferencia de precios y no existan cobros excesivos, y es así que mediante este evento alrededor de 50.000 visitantes llegaron a la ciudad para asistir a final de la Copa Libertadores , lo cual ayudo económicamente a los hoteles de 1 a 5 estrellas, y así mismo a la economía de la ciudad (Menendez, 2022).

Para este objetivo se trabajó con entrevistas, revisión documental, y observación. Para poder conocer la problemática de este sector, se utilizó la herramienta de Design Thinking, distribuido en los siguientes templates: El mapa de empatía y el análisis DAFO.

Al momento de realizar el mapa de empatía (Ver anexo 1), se obtuvo los siguientes resultados mediante las siguientes preguntas, esta herramienta fue desarrollada de manera general, obteniendo la opinión de 5 personas de diferentes establecimientos hoteleros.

¿Qué piensa y siente el cliente?, la mayoría de los clientes, piensan que se debería hacer una inversión en la tecnología, con el fin de agilizar los procesos de pagos, registros, seguridad, entre otros. Sienten que a medida que pasa los años, si no existe una correcta innovación y no hacen uso de la tecnología van a ir desapareciendo poco a poco.

¿Qué escucha el cliente?, la mayoría de los clientes tiene presente que existe una gran acogida por turistas nacionales y extranjeros, sin embargo, en época de pandemia, varios hoteles cerraron temporalmente, donde existió despido del personal y pérdidas para los establecimientos. Ellos identifican las necesidades de los clientes y se tratan de adaptarse al cambio.

¿Qué ve el cliente?, la mayoría de los clientes tiene una escasez de conocimientos en la parte tecnológica, por lo tanto, hacen poco uso de redes sociales y adoptar hacer propagandas por radios, televisión y volantes.

¿Qué dice y hace el cliente?, la mayoría de los clientes a pesar de su escasez en tecnología y gestión tienen clientes fieles, debido a la buena atención que reciben, sin embargo, es importante que los establecimientos del sector hotelero se destaquen debido a la demanda de turistas que visitan la ciudad en varias épocas del año.

¿Esfuerzos?, una vez detallado cada una de las preguntas del mapa de empatía, la mayoría de los clientes tienen miedo de invertir y fracasar.

Resultados: Si nuestros clientes deciden invertir en tecnologías, infraestructura, estos establecimientos subirán de categoría y tendrán mayor ingreso económico y mejor reconocimiento entre los turistas, esto debido a que el Reglamento de Alojamiento turístico, en el Art. 9, indica lo siguiente:

Según el Art. 9 nos indica que para que los establecimientos puedan subir de categorías deben implementar la digitalización (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

En lo consiguiente, al momento de realizar el Análisis DAFO (Ver anexo 2), se trabajó de manera general, con una muestra de 9 hoteles se puede deducir que entre las fortalezas que tienen estos establecimientos es que la mayoría tienen muy buena ubicación, tanto en el centro de la ciudad donde se encuentra los atractivos turísticos como el malecón, la perla y las peñas, en el sector norte, cerca del aeropuerto y terminal. Y como oportunidades tienen la posibilidad de poder crecer haciendo el buen uso de redes sociales, atraer al cliente mediante propagandas llamativas y promociones.

3.2. Resultados de Objetivo Especifico 2

En el segundo objetivo de esta investigación se realizará una investigación cualitativa en las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil, para este objetivo se procedió a realizar un análisis de campo, donde se utilizaron herramientas tales como entrevistas, encuestas y los siguientes templates el mapa de empatía y árbol de problema.

En la página web del MINTUR, en su sección “Visualizador de información turística”, los establecimientos registrados en el catastro son 27 hoteles de 2 estrellas en la ciudad de Guayaquil, por lo tanto, al momento de aplicar la fórmula de tamaño de muestra nos arroja un resultado de 6.3015 debido a una escasez de datos, por lo cual se decidió que la muestra final de nuestro trabajo sea de 11 establecimientos, de los cuales 2 de ellos no quisieron contestar la encuesta. A continuación, se detallará el proceso para obtener el resultado de tamaño de muestra.

$$n: \frac{Z^2 * N * P * Q}{(e^2(N-1) + (Z^2 + P * Q))}$$

Donde:

N: Tamaño de la muestra: 27

Z: Coeficiente de confianza (95%): 1,96

P: Probabilidad de éxito (50%): 0,5

Q: Probabilidad de fracaso (50%): 0,5

E: Error tolerante (3%): 0.03

Aplicando la formula se obtiene el siguiente resultado:

$$n: \frac{1.96^2 * 27 * 0.5 * 0.5}{(0.03^2(27-1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))}$$

$$n: \frac{3.8416 * 6.75}{(0.0009 * 26) + (0.9604)}$$

$$n: \frac{25.9308}{0.0234 + 4.0916}$$

$$n: \frac{25.9308}{4.115}$$

$$n: 6.3015$$

Las personas que participaron en esta actividad fueron: empleados de los hoteles, gerente general y usuarios. Las entrevistas se las realizo a los empleados y usuario, con una duración de 7 minutos cada una, ellos nos ayudaron a poder identificar cuáles eran los problemas existentes en estos establecimientos. Sin embargo, las encuestas con los gerentes generales nos ayudar a deducir con más claridad los resultados finales de nuestro prototipo, obteniendo así participación de todos los que conforman los establecimientos.

Según las encuestas y entrevistas realizadas, llegamos a la conclusión de que los hoteles de 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil tienen una deficiencia al momento de gestionar internamente su establecimiento, la mayoría de estos hoteles no cuentan con objetivos a corto, medio o largo plazo, trabajan de una manera mecánica, y no están preparados para los cambios, debido a varios factores. Uno de los factores es el miedo al fracaso, la mayoría de los dueños de estos establecimientos temen invertir en tecnologías y a su vez no poder captar clientes y no poder recuperar lo invertido. Otro de los factores es la falta de información y capacitación, la mayoría de los dueños de estos negocios son personas mayores que no le toman importancia capacitarse y estar al día con las nuevas innovaciones o temas que tengan que ver con el turismo y los hoteles, por lo tanto, esto afecta a los establecimientos y a los usuarios, ya que así no pueden adaptarse a mejoras del sector y no pueden brindar la calidad de servicio que espera un turista.

Adicional a esto, se pudo realizar el árbol de problemas (Ver Anexo 3), donde podemos identificar de manera global cuales son los problemas que tienen estos establecimientos. Para

esto, se tiene en cuenta que los efectos de esta investigación son los siguiente: existe una mala administración por parte de los gerentes, no satisfacen las necesidades de los usuarios, al no tener una innovación constante los competidores toman ventajas y captan a más clientes, por lo tanto, no se obtienen clientes fieles y no existirá un productividad y eficiencia necesaria.

Como lo hemos dicho anteriormente, y explicado en nuestro árbol de problema, las causas identificadas son: el factor económico, los recursos que dispone el establecimiento, poco interés del gobierno o ministerio para este sector y por último una mala administración del gerente, y no tener en claro cuáles son los objetivos estratégicos que ayudarían a aumentar las ventas, mejorar interna y externamente el establecimiento.

3.3. Resultados de Objetivo Especifico 3

Para este último objetivo, se desarrollará una herramienta para la evaluación del nivel de digitalización en las micro y pequeñas empresas hoteleras en la ciudad de Guayaquil. Se puede visualizar el diagrama de flujo (Anexo 4) Para esta parte de la investigación se utilizaron las siguientes herramientas: Blue print, brainstorming, lienzo de propuesta de valor, entrevistas y encuestas.

Según la información recabada, nuestro Blue print (Ver Anexo 5), en primer lugar, podemos identificar cuáles son las evidencias físicas que los clientes pueden experimentar al momento de ingresar a los establecimientos entre ellas tenemos las siguientes: demoras al momento del registro de ingreso, la conectividad de internet es muy lenta, notan que existe poca tecnología y las habitaciones no están en constante mejoras. En segundo lugar, podemos ver cuáles son las acciones que los clientes pasan al momento de utilizar el servicio que son: reserva una habitación, al momento de llegar al establecimiento es recibido por el administrador, le asignan una habitación y por último disfruta de su descanso. En tercer lugar, tenemos todo lo visible que puede ver el empleado al momento de ofrecer el servicio, para eso tenemos los siguientes datos: infraestructura poca desarrollada, las habitaciones se encuentran en mal estado, la mayoría de las habitaciones no cuentan con un método fácil en el cual los clientes se puedan comunicar con las recepcionistas al momento de querer pedir algo adicional, y por último la mayoría de estos establecimientos no cuentan con televisiones

modernas. En cuarto lugar, tenemos todo lo invisible que el cliente no puede ver, pero los empleados están al tanto, no existe un adecuado trabajo en equipo, la mayoría de los establecimientos ofrece promociones, alimentación que al momento que el cliente pida, no la pueden ofrecer, la limpieza del establecimiento no es la adecuada y por ultimo los clientes no están al tanto de cómo se maneja los hoteles. En quinto lugar, tenemos el soporte y apoyo, para lo cual se llega a la conclusión de que se necesita una capacitación constante y una mejora de infraestructura.

Por lo consiguiente se elaboró un Brainstorming (Ver Anexo 6), con esta herramienta se procedió hacer una lluvia de ideas, identificando los problemas, el objetivo principal, quienes serán nuestros clientes y por último identificar que prototipos se pueden utilizar para este trabajo de investigación, con el fin de concluir con uno que nos ayude de manera rápida y eficaz poder medir los hoteles de categoría 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

De la misma forma se realizó la propuesta de valor (Ver Anexo 7), la cual nos ayudó a poder identificar la efectividad, eficiencia, atractividad y margen de error de la herramienta propuesta.

La finalidad de este trabajo de investigación es poder medir la digitalización y gestión de los hoteles de 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil, el uso de todas las herramientas aplicadas en nuestros objetivos nos ayudó a poder identificar cual sería nuestro prototipo final.

Para poder desarrollar el prototipo se procedió a realizar la escala de Likert, al ser una herramienta elaborado por un estudiante, se trabajará mediante Microsoft Excel, para esto hemos tomado en cuenta 4 Fases fundamentales (Ver Ilustración 3), de las cuales cada fase constará con una serie de preguntas (Ver Anexo 8).

A continuación, se explicará el prototipo final de este proyecto de integración:

Se procede a utilizar una plantilla en Canva (Ver anexo 9), donde podemos observar que herramienta se utilizará, luego de eso tenemos la tabla de puntuación, donde cada pregunta tendrá una calificación (Ver tabla 1), dependiendo de cómo han sido las respuestas de nuestros entrevistados.

Tabla 1. Tabla de Puntuación

Muy importante	5
Importante	4
Neutro	3
Poco	
Importante	2
No importante	1

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Una vez, teniendo todos los datos de nuestros entrevistados se procede a ponderar los valores según la tabla 1 y se realiza un promedio general por cada una de las fases (Ver Anexo 10).

Como siguiente paso, se elabora la siguiente tabla, donde obtendremos el resultado final y el nivel de gestión y digitalización de nuestro proyecto, podemos observar que cada fase cuenta con un valor y ese valor nos ayudara a sacar el promedio final y ver en qué nivel se encuentran los hoteles encuestados. Adicional a eso con esta tabla podemos ver también que la fase 3, que es la digitalización a futuro, podemos deducir, que los hoteles no cuentan con una planificación a futuro, mientras que la fase 4, que es el proceso de gestión, podemos decir que los hoteles encuestados no cuentan con suficiente información acerca de cómo poder mantener una gestión efectiva dentro de sus establecimientos.

Tabla 2. Resultados finales

NRO.	NOMBRE DE HOTELES	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4	NIVEL DE DIGITALIZACIÓN Y GESTIÓN
1	HOTEL VELEZ	4	4	4	3	3,75
2	HOTEL ANDALUZ	4	4	3	4	3,75

3	HOTEL FLOR DE LIZ	4	3	4	3	3,5
4	HOTEL ATLANTIC SUITE	4	3	5	4	4
5	HOTEL INDIRA	4	3	4	3	3,5
6	HOTEL PUERTO PACIFICO	4	4	3	4	3,75
7	HOTEL GARZOTA INN	4	4	4	4	4
8	HOTEL PLAZA MONTECARLO	4	4	4	3	3,75
9	RIO HOTEL	4	3	4	4	3,75
Total		4,4	4,2	3,88888889	3,55555556	

Fuente: Elaboración propia. (2022)

A continuación, se muestra la tabla de puntuación:

Tabla 3. Tabla de puntuaciones

Fases	Puntuación
FASE 1 Infraestructura Y Tecnología.	PUNTAJE 1 AL 5
FASE 2 Uso De La Digitalización	PUNTAJE 1 AL 5
FASE 3 Digitalización A Futuro	PUNTAJE 1 AL 5

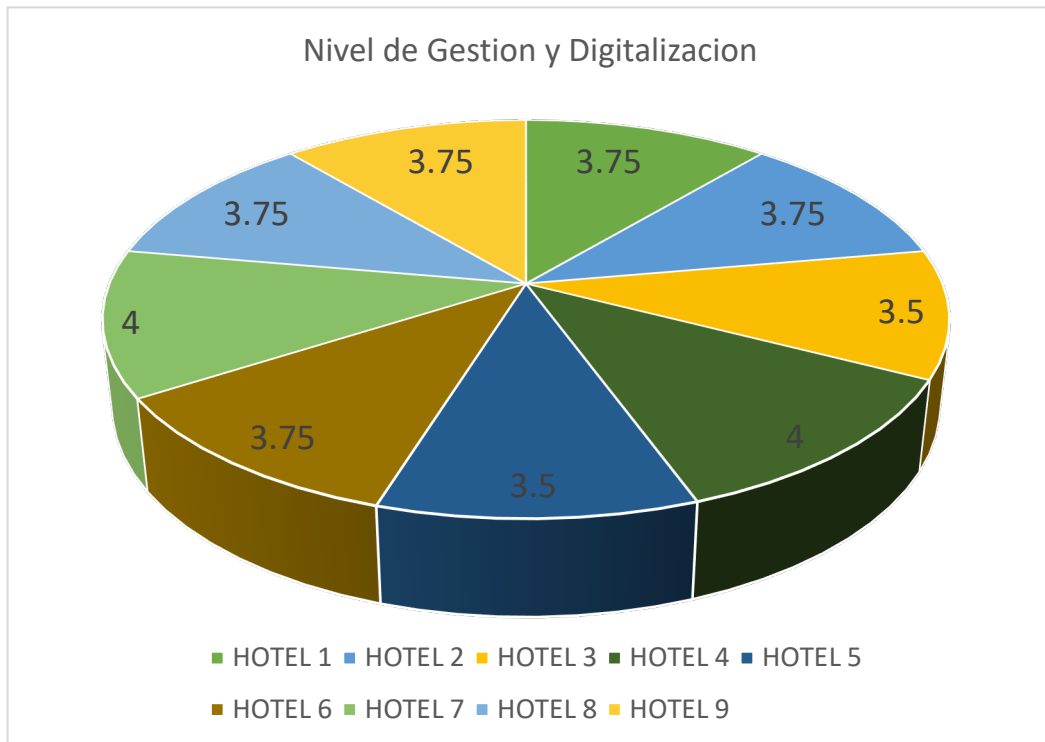
FASE 4	PUNTAJE 1 AL 5
Procesos De Gestión	
TOTAL	5%

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Discusión de resultados

1. Si la empresa tiene entre 1% a 1.70%, podemos decir que tiene una escasez de digitalización, por lo tanto, se debería desarrollar un plan para un futuro ir implementando la digitalización.
2. Si la empresa tiene entre 1.71% a 3.3%, podemos interpretar que el hotel está en camino a la digitalización, para esta etapa, varios departamentos se están innovando y digitalizando.
3. Si la empresa tiene entre 3.2% a 5%, quiere decir que el hotel se encuentra en una buena fase, usan tecnologías, y día a día existe la innovación.

Gráfico 1. Nivel de gestión y digitalización de hoteles entrevistados



Fuente: Elaboración propia. (2022)

Como podemos observar en el gráfico 1, los resultados finales nos arrojan que los hoteles de 2 estrellas entrevistados en la ciudad de Guayaquil cuentan con un nivel entre 3.50% a 4%, eso quiere decir que estos hoteles cuentan con una buena infraestructura digital, que mantienen buenas prácticas al momento de administrar y gestionar el establecimiento.

Análisis Financiero

Nuestro prototipo no tiene costo, debido a que es una herramienta trabajada en Microsoft Excel. Sin embargo, el único costo que se presentara durante la ejecución de este proyecto es el valor tiempo de los trabajadores al momento de realizar las encuestas, este costo a la larga será una inversión, ya que mediante esta herramienta podrán analizar y mejorar de manera eficaz sus establecimientos.

Por otro lado, esta herramienta también puede ser trabajada mediante una página web, lo cual tienen los siguientes costos:

Tabla 4. Activos Fijos Intangibles

Activos Fijos Intangibles	
Descripción	Precio
Dominio y Hosting	\$ 400,00
	\$
Diseño web	80,00
Programador	\$ 150,00
Total	\$ 630,00

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Como podemos observar en la tabla 3, al momento de la creación de una página web, se necesitará un capital de \$ 630,00, la página web, constara con información sobre la importancia de la gestión y digitalización y su vez incluirá una prueba, que al momento de terminarlo arrojava un resultado final (Ver anexo 11).

Capítulo 4

4. Conclusiones Y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

El análisis realizado a los 9 hoteles de categoría de 2 estrellas en la ciudad de Guayaquil permite tener una perspectiva de cómo funciona la herramienta de diagnóstico para conocer el nivel de madurez digital de estos establecimientos y su nivel de gestión. Existen 27 hoteles registrados de los cuales solo un tercio de estos fueron quienes decidieron probar la herramienta, pero con el tiempo el resto decidirán usar la herramienta por los comentarios de quienes ya la han realizado. Este proyecto también tiene como finalidad descubrir algunos hoteles que no se encuentran registrados oficialmente en el catastro otorgado por el Ministerio de Turismo para ver su funcionalidad y puedan ser parte de este registro.

Con respecto al objetivo específico 1, mediante una investigación literaria se puede identificar cual es la situación actual de los hoteles de la ciudad de Guayaquil, lo cual se puede decir que es un sector que ha tenido que mantenerse firme debido a los impactos negativos que ha recibido durante estos años, el más importante la pandemia mundial, sin embargo, por actividades dispuestas por el sector privado y público, ayuda de la alcaldía y el MINTUR, este sector ha incrementado sus ventas, por lo tanto actualmente se encuentran en buena posición.

Con respecto al objetivo específico 2, se puede evidenciar más de cerca cuales son los problemas que actualmente lidian estos establecimientos, esto debido a que se trabajó mediante una investigación de campo, se pudo palpar más de cerca y se entablaron conversaciones con trabajadores en general, encargados de los establecimientos y gerentes, lo cual se logró constatar que varios de estos establecimientos tienen un factor común, que son: la mayoría no tiene página web, y no todas manejan redes sociales lo cual son herramientas importantes para el desarrollo y funcionamiento de estos establecimientos.

Con respecto al objetivo específico 3, gracias a la herramienta desarrollada se logró evidenciar cual es el nivel de digitalización de 9 hoteles de dos estrellas en la ciudad de Guayaquil, lo cual arrojó resultados similares, ya que se encuentran en una etapa de digitalización madura, eso quiero decir que a pesar de que no cuentan con todas las

herramientas de digitalización, son establecimientos que se están preparando y están en constante innovación.

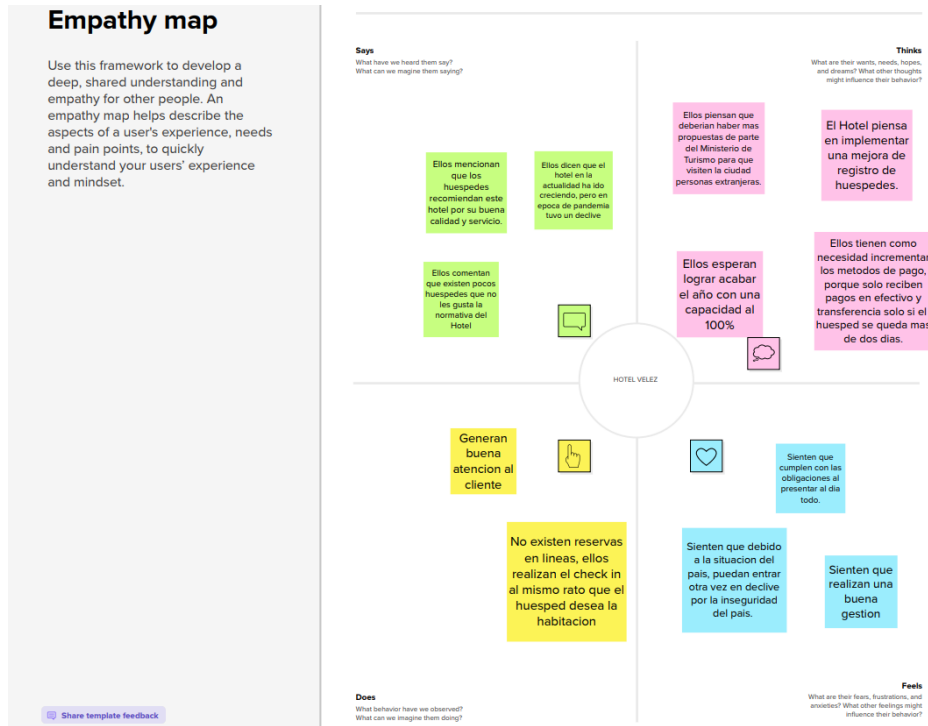
Con este proyecto integrador, se concluye que el sector hotelero es un tema de suma importancia ya que tiene gran representación económica en la ciudad de Guayaquil, debido a que, si no existiría este sector, los turistas no tendrían lugar para descansar una vez que decidan visitar la ciudad.

4.2. Recomendaciones

1. Se recomienda al Municipio de Guayaquil en conjunto con el Ministerio de Turismo crear planes estratégicos que ayuden a la seguridad de la ciudad, y así los turistas opten por vacacionar en la ciudad.
2. Se recomienda al Ministerio de Turismo a realizar campañas de información y cursos de aprendizaje donde se desarrollen temas importantes sobre la importancia de la digitalización.
3. Se recomienda al Ministerio de Turismo a implementar esta herramienta para así agilizar el proceso de investigación a cada uno de los hoteles.
4. Se recomienda al sector hotelero invertir en tecnologías ya que esto les ayudaría a subir de categoría.

Anexos

Anexo 1. Mapa de Empatía.



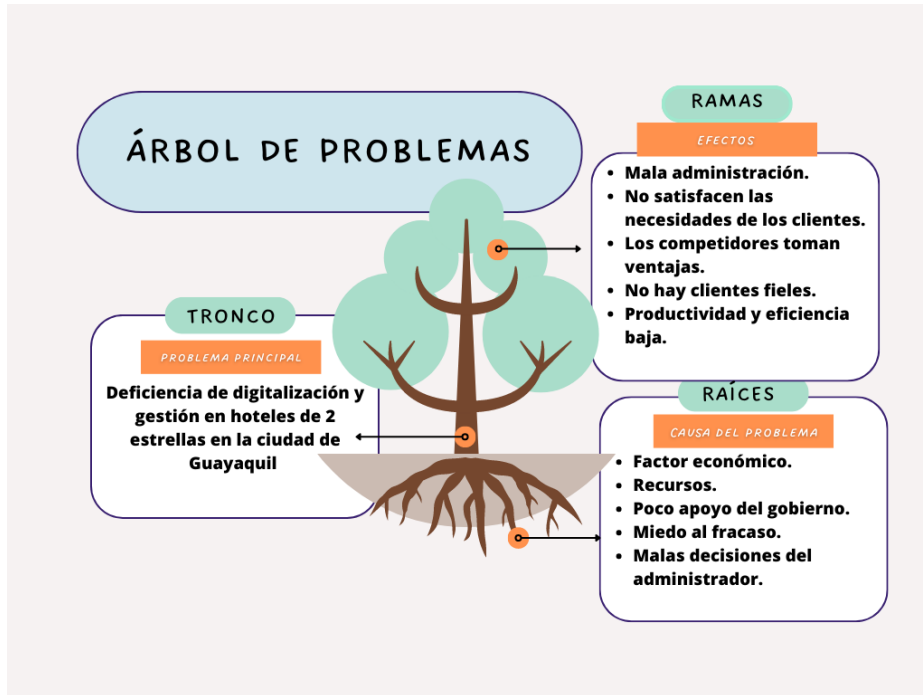
Fuente: Elaboración propia. (2022)

Anexo 2. Análisis DAFO.



Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 3. Árbol del Problema



Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 4. Diagrama de flujo



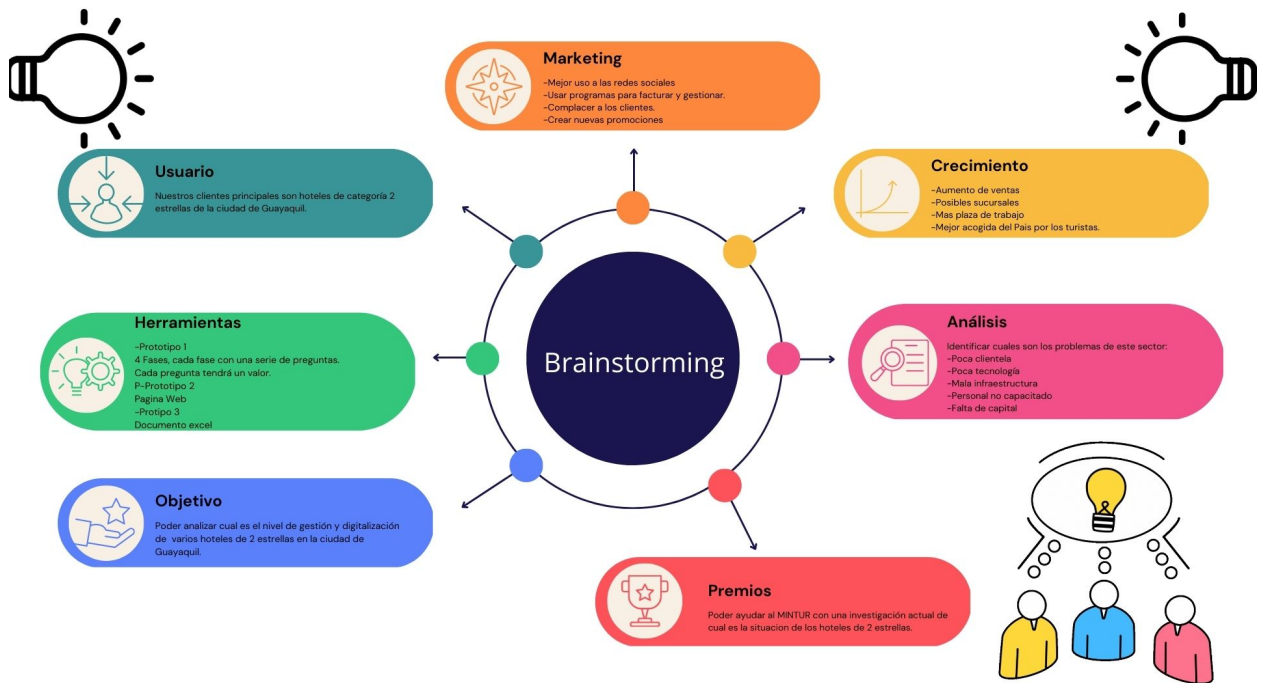
Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 5. Blue Print



Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 6. Brainstorming



Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 7. Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 8. Encuestas

ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL (ESPOL) FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANISTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

FASE 1 INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGIA

1. ¿Qué tan importante es el uso de cámaras dentro de su establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

2. ¿Qué tan importante considera la utilización de aparatos electrónicos en el establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

3. ¿Qué tan importante considera las plataformas de streaming, como servicio en las habitaciones?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

4. ¿Qué tan importante considera que debe ser el internet de su establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

5. ¿Qué tan importante considera usted que debe ser la página web del establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

FASE 2 USO DE LA DIGITALIZACION

6. ¿Qué tan importante considera la facturación electrónica del establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

7. ¿Qué tan importante considera el uso de computadoras de del establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

8. ¿Qué tan importante considera el uso de un software informático para el registro de huéspedes?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

9. ¿Qué tan importante considera el uso de chatbots (mensajes instantáneos)?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

10. ¿Qué tan importante considera que las formas de pago deben ser en efectivo tarjeta de crédito y débito?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

FASE 3 DIGITALIZACION A FUTURO

11. ¿Qué tan importante considera destinar un presupuesto para herramientas digitales e innovación tecnológica?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

12. ¿Qué tan importante considera que invertir en la digitalización ayudaría a mejorar su establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

13. ¿Qué tan importante es la idea de que aquí a 5 años, cree que su establecimiento pueda subir de categoría?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

14. ¿Qué tan importante considera que su establecimiento tenga más reconocimiento durante los últimos años?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

FASE 4 PROCESOS DE GESTION

15. ¿Qué tan importante es el proceso de reclutamiento en su establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

16. ¿Qué tan importante es el registro de ventas y compras que realizan cada año?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

17. ¿Qué tan importante considera la importancia de tener proveedores fijos para la adquisición de materiales necesarios como de limpieza u oficinas?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

18. ¿Qué tan importante considera que debe existir renovación constante en los equipos de oficina?

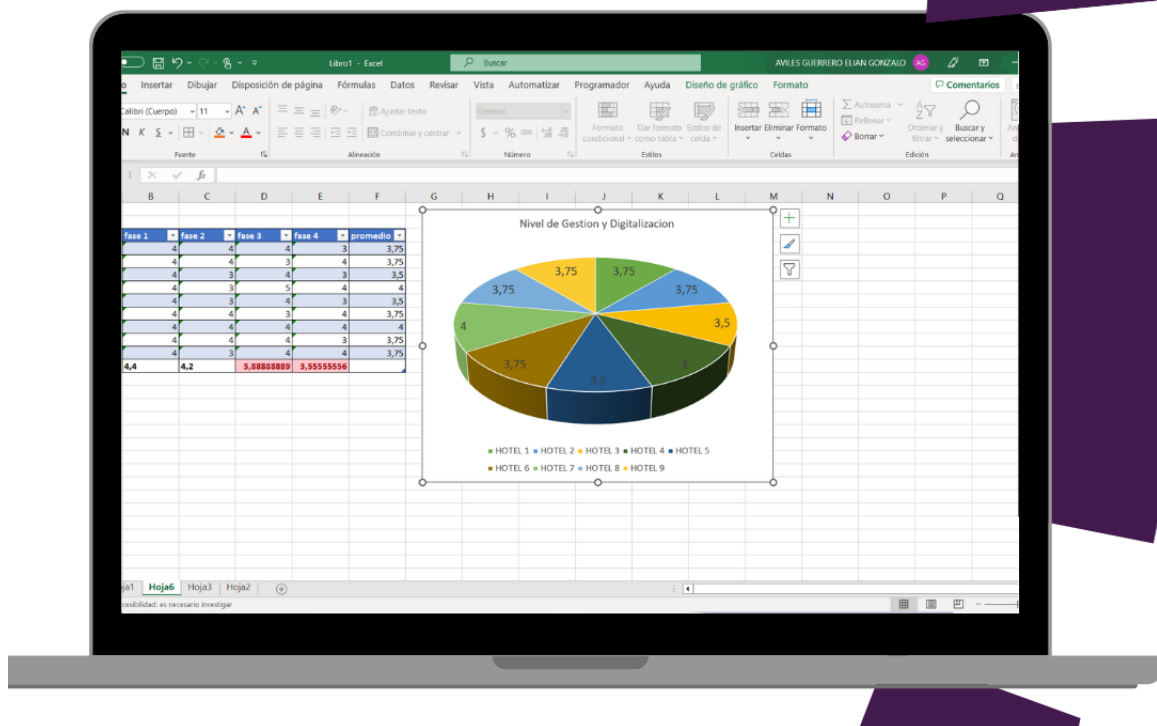
Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

19. ¿Qué tan importante considera el control interno donde se resguarda la información del establecimiento?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	No importante

Anexo 9. Modelo Canvas

NUEVA HERRAMIENTA



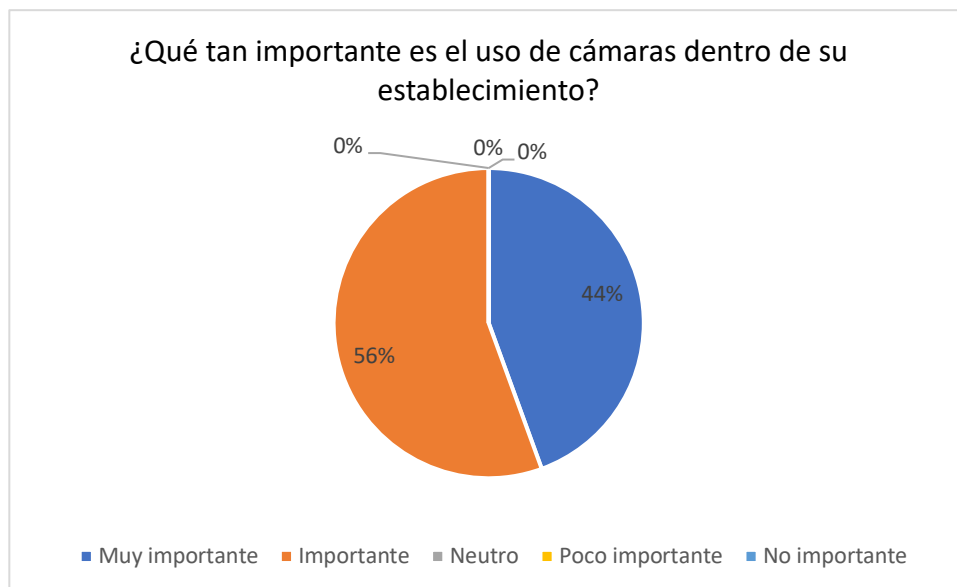
Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 10. Resultados de las encuestas

FASE 1 INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGIA

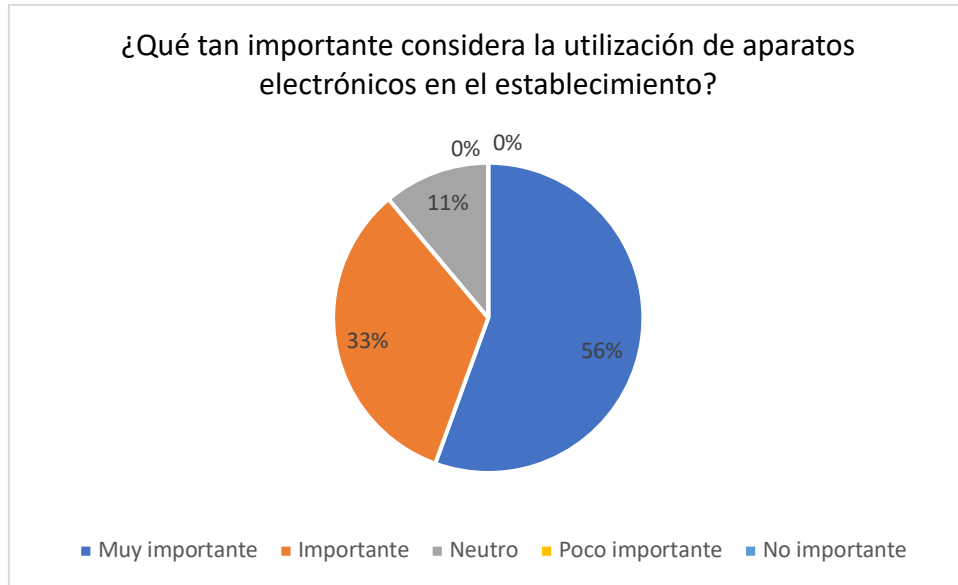
1. ¿Qué tan importante es el uso de cámaras dentro de su establecimiento?

Muy importante	4
Importante	5
Neutro	0
Poco importante	0
No importante	0



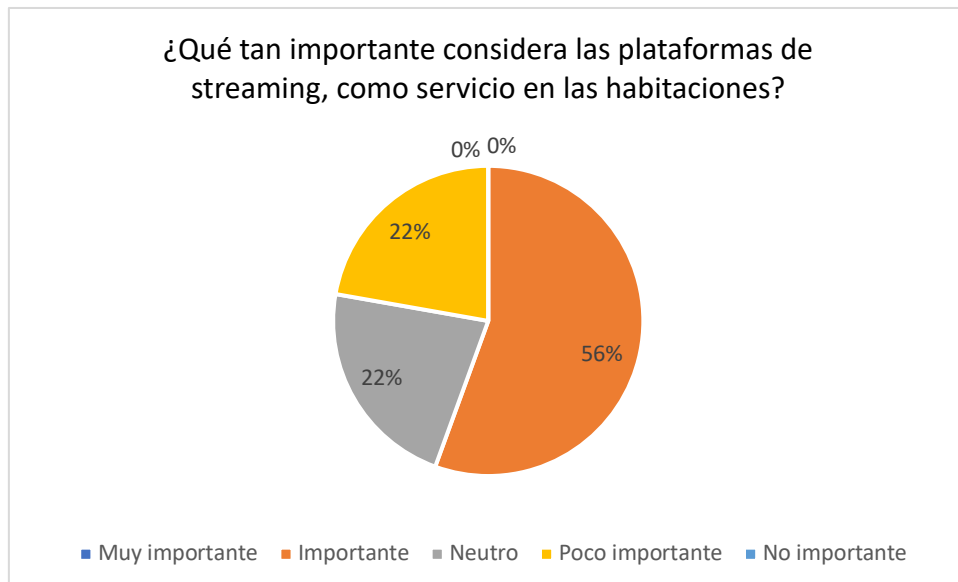
2. ¿Qué tan importante considera la utilización de aparatos electrónicos en el establecimiento?

Muy importante	5
Importante	3
Neutro	1
Poco importante	0
No importante	0



3. ¿Qué tan importante considera las plataformas de streaming, como servicio en las habitaciones?

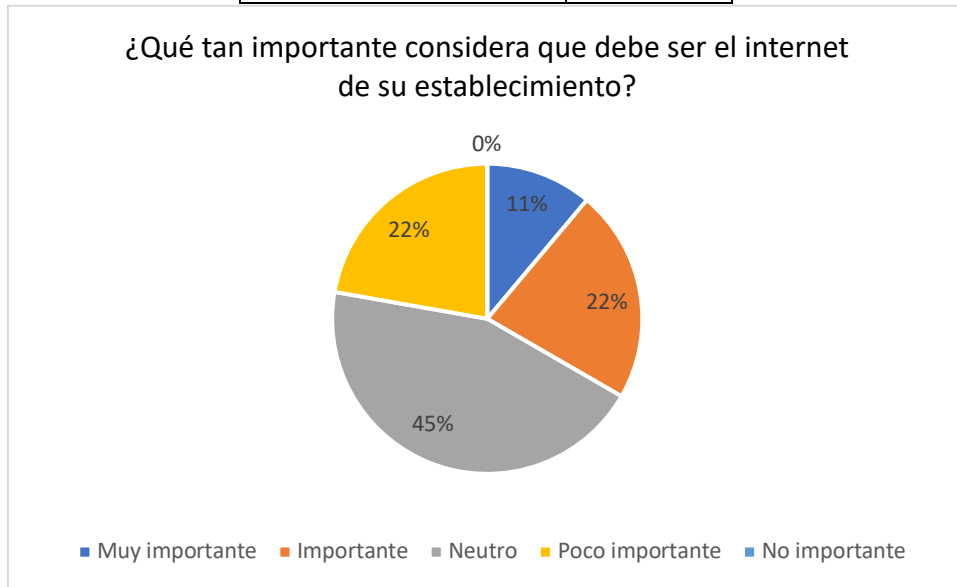
Muy importante	0
Importante	5
Neutro	2
Poco importante	2
No importante	0



4. ¿Qué tan importante considera que debe ser el internet de su establecimiento?

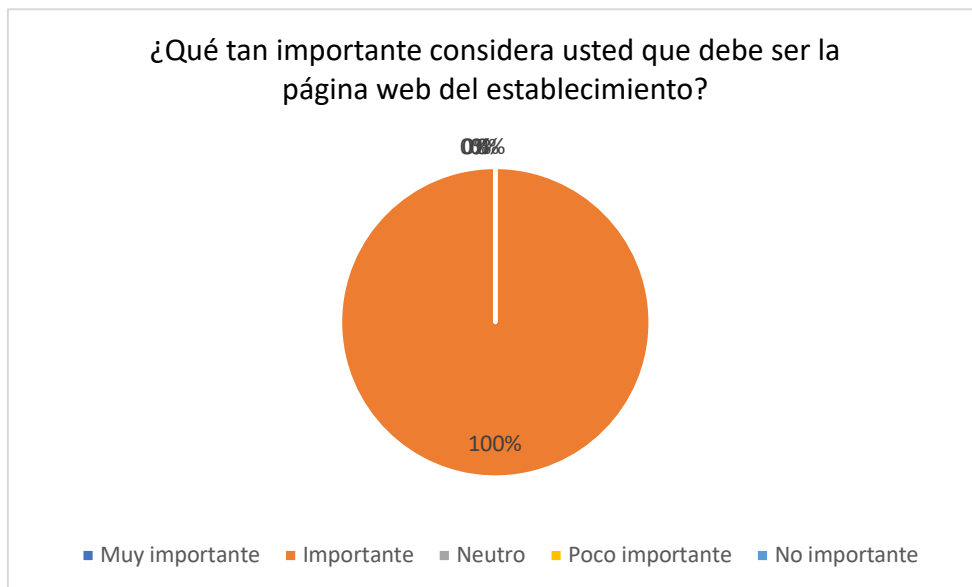
Muy importante	1
Importante	2
Neutro	4

Poco importante	2
No importante	0



5. ¿Qué tan importante considera usted que debe ser la página web del establecimiento?

Muy importante	0
Importante	9
Neutro	0
Poco importante	0
No importante	0

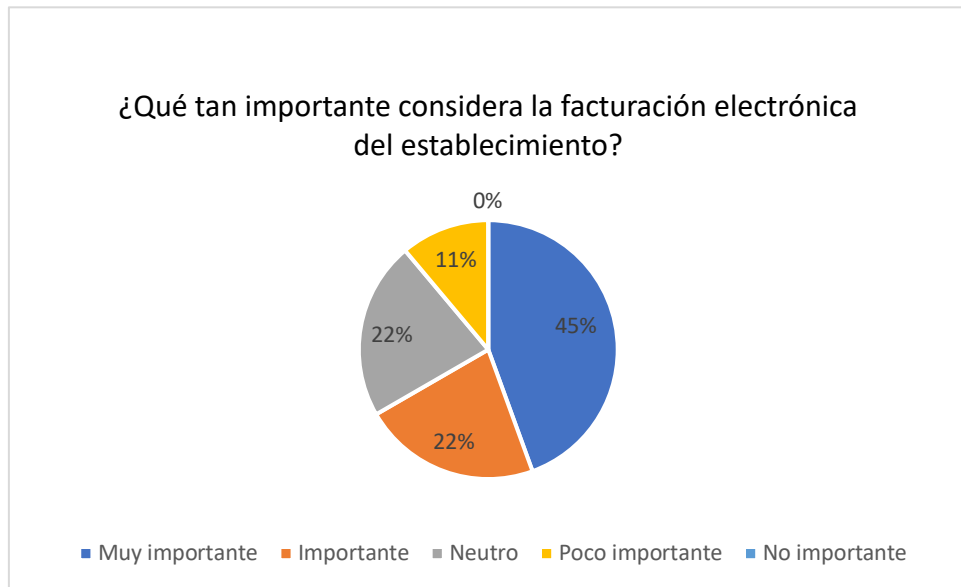


FASE 2 USO DE LA DIGITALIZACION

6. ¿Qué tan importante considera la facturación electrónica del establecimiento?

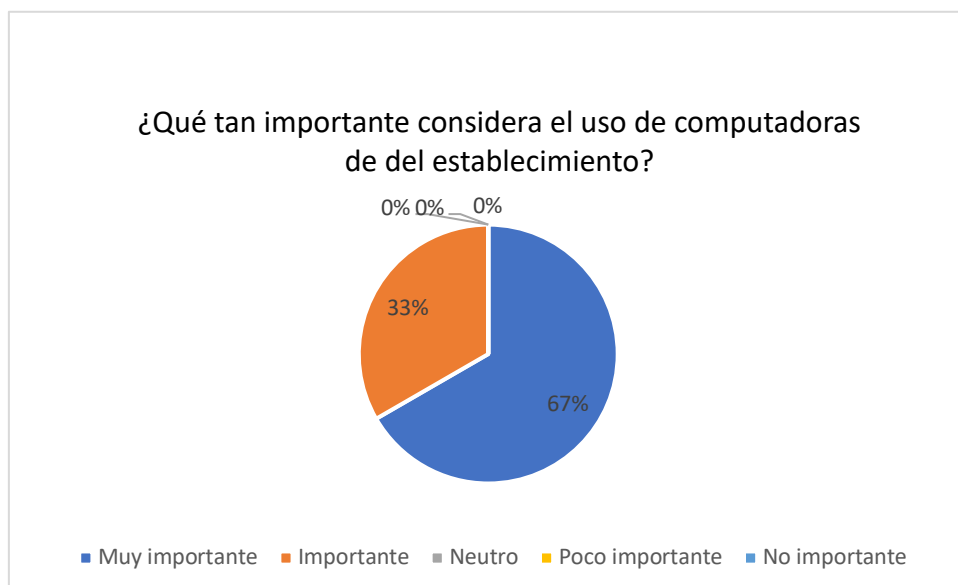
Muy importante	4
----------------	---

Importante	2
Neutro	2
Poco importante	1
No importante	0



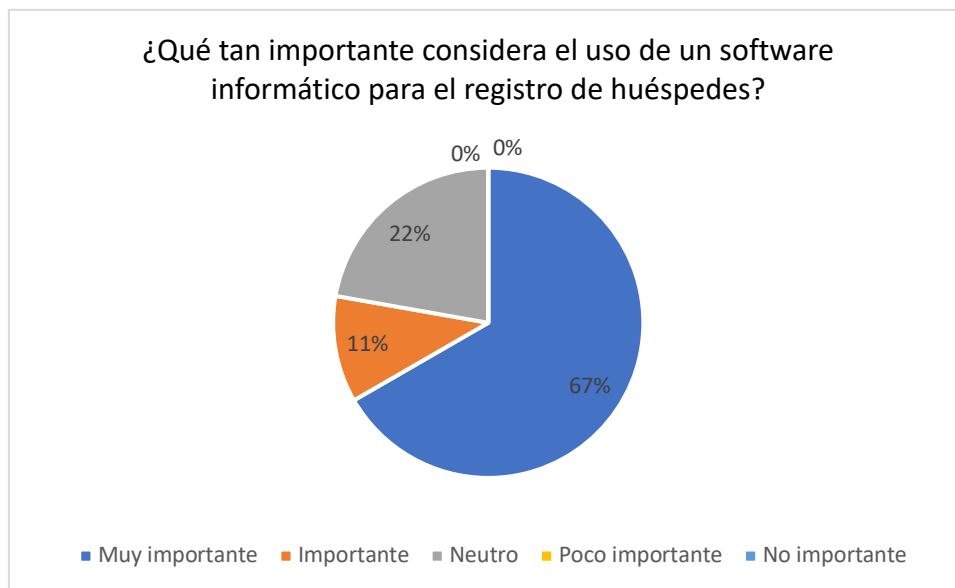
7. ¿Qué tan importante considera el uso de computadoras de del establecimiento?

Muy importante	6
Importante	3
Neutro	0
Poco importante	0
No importante	0



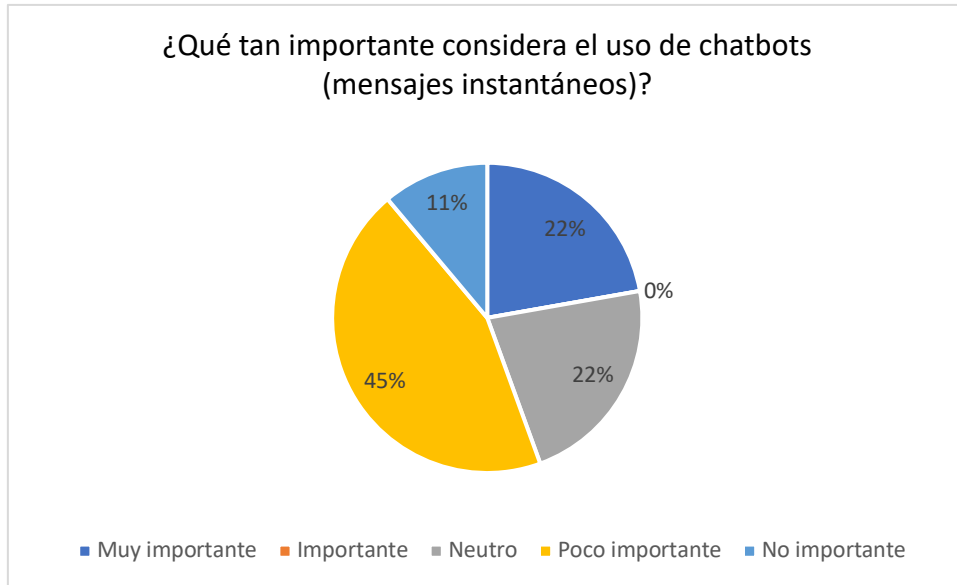
8. ¿Qué tan importante considera el uso de un software informático para el registro de huéspedes?

Muy importante	6
Importante	1
Neutro	2
Poco importante	0
No importante	0



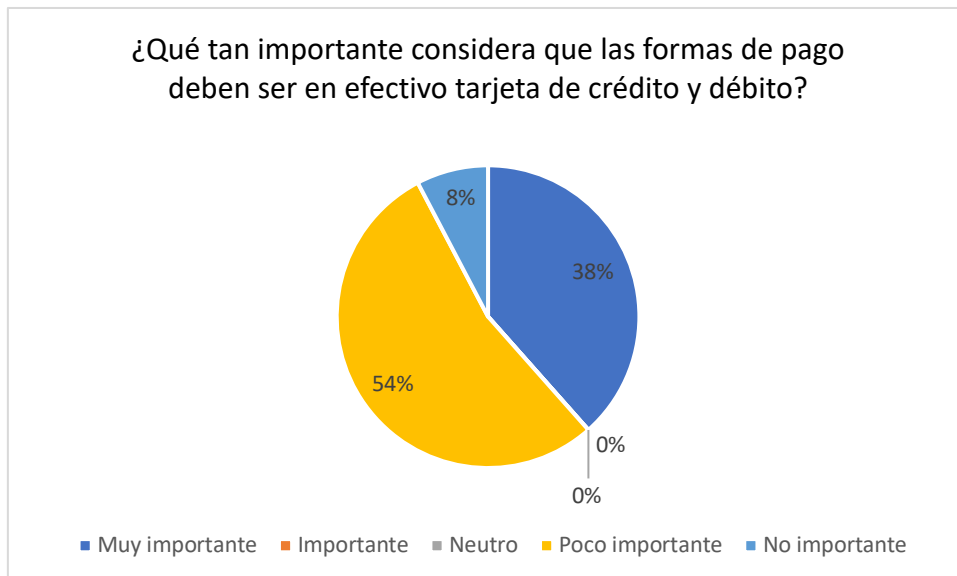
9. ¿Qué tan importante considera el uso de chatbots (mensajes instantáneos)?

Muy importante	2
Importante	0
Neutro	2
Poco importante	4
No importante	1



10. ¿Qué tan importante considera que las formas de pago deben ser en efectivo tarjeta de crédito y débito?

Muy importante	5
Importante	0
Neutro	0
Poco importante	7
No importante	1

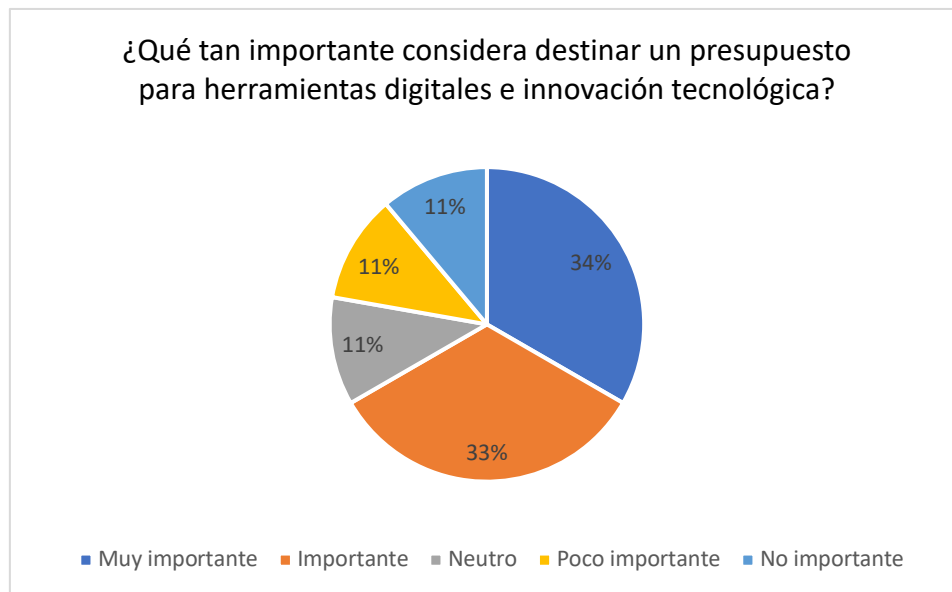


FASE 3 DIGITALIZACION A FUTURO

11. ¿Qué tan importante considera destinar un presupuesto para herramientas digitales e innovación tecnológica?

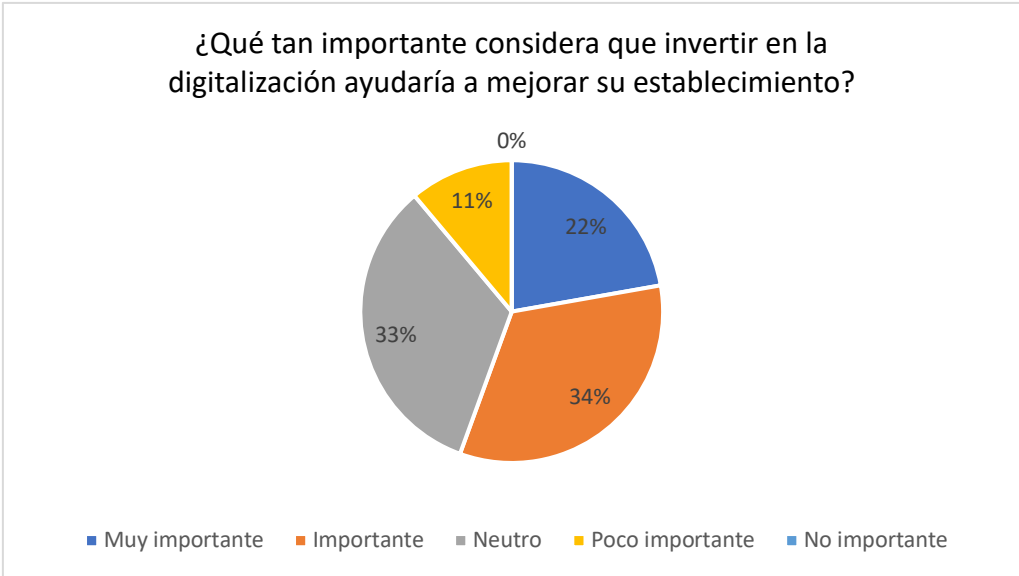
Muy importante	3
----------------	---

Importante	3
Neutro	1
Poco importante	1
No importante	1



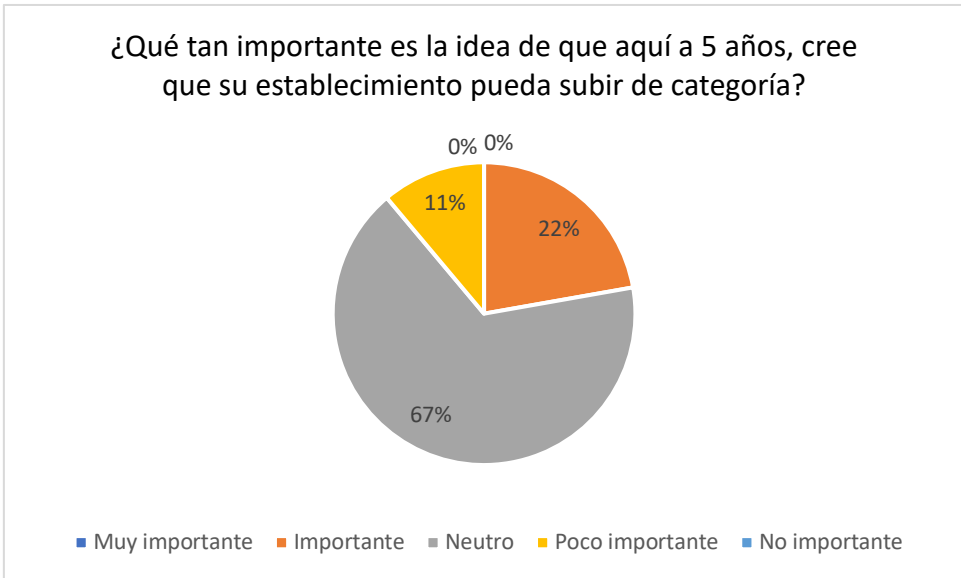
12. ¿Qué tan importante considera que invertir en la digitalización ayudaría a mejorar su establecimiento?

Muy importante	2
Importante	3
Neutro	3
Poco importante	1
No importante	0



13. ¿Qué tan importante es la idea de que aquí a 5 años, cree que su establecimiento pueda subir de categoría?

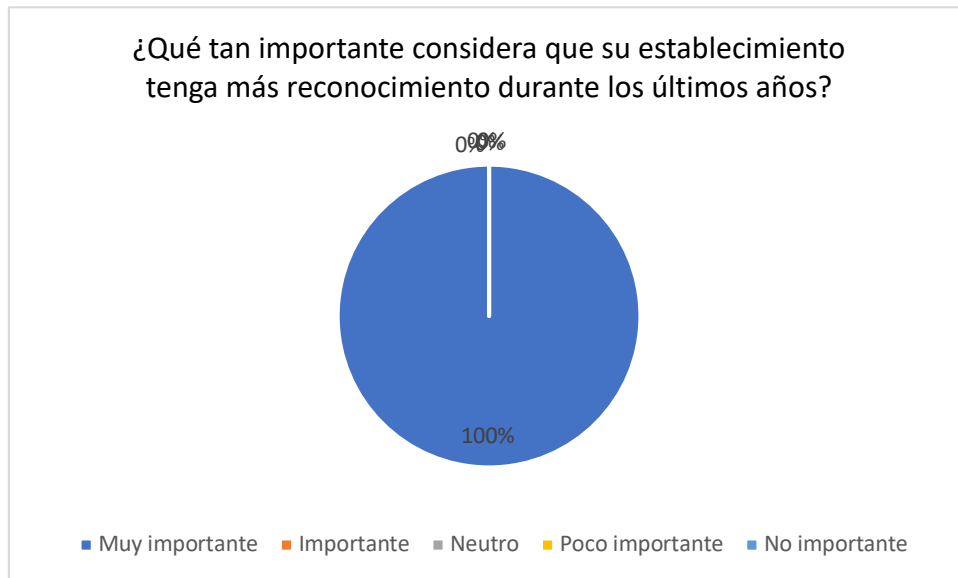
Muy importante	0
Importante	2
Neutro	6
Poco importante	1
No importante	0



14. ¿Qué tan importante considera que su establecimiento tenga más reconocimiento durante los últimos años?

Muy importante	9
----------------	---

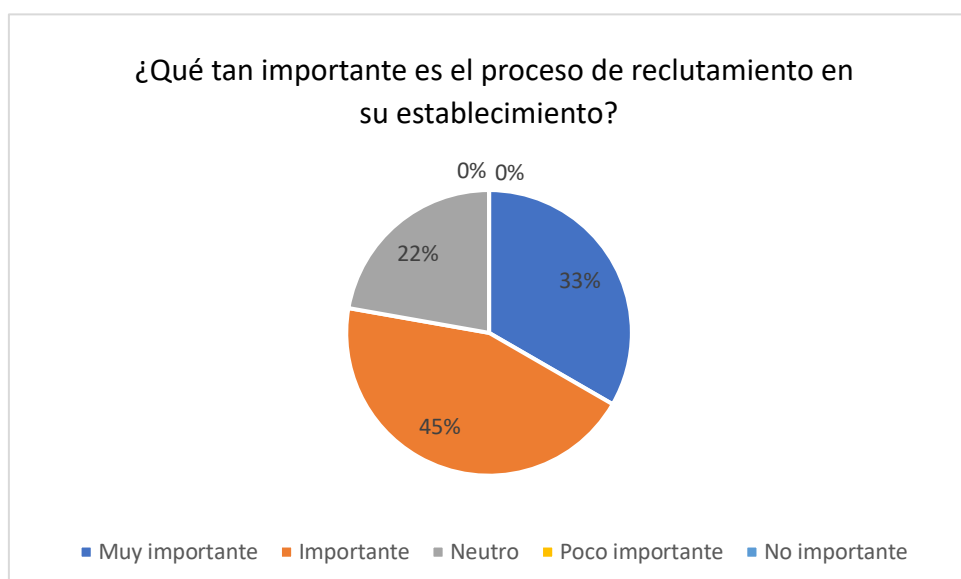
Importante	0
Neutro	0
Poco importante	0
No importante	0



FASE 4 PROCESOS DE GESTION

15. ¿Qué tan importante es el proceso de reclutamiento en su establecimiento?

Muy importante	3
Importante	4
Neutro	2
Poco importante	0
No importante	0



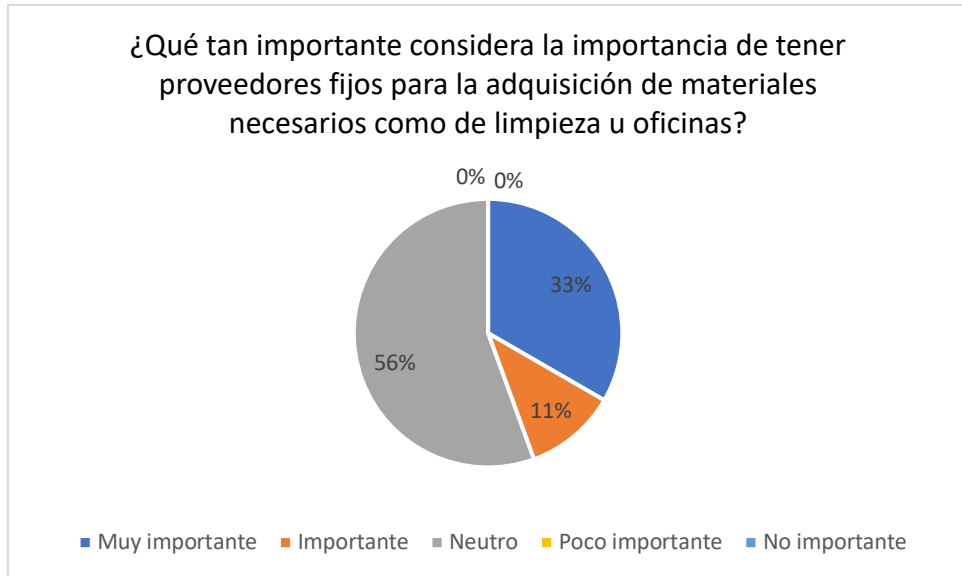
16. ¿Qué tan importante es el registro de ventas y compras que realizan cada año?

Muy importante	0
Importante	0
Neutro	2
Poco importante	3
No importante	9



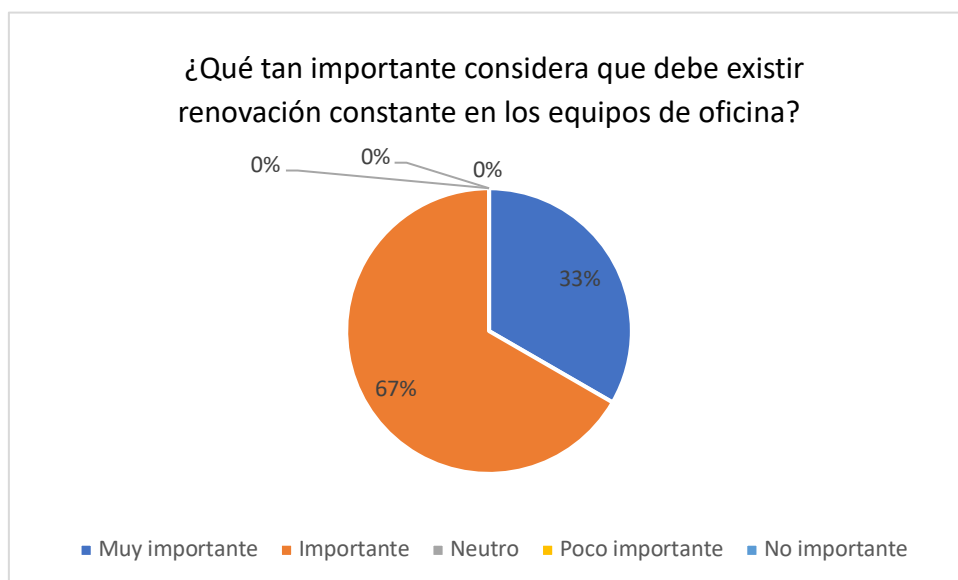
17. ¿Qué tan importante considera la importancia de tener proveedores fijos para la adquisición de materiales necesarios como de limpieza u oficinas?

Muy importante	3
Importante	1
Neutro	5
Poco importante	0
No importante	0



18. ¿Qué tan importante considera que debe existir renovación constante en los equipos de oficina?

Muy importante	3
Importante	6
Neutro	0
Poco importante	0
No importante	0



19. ¿Qué tan importante considera el control interno donde se resguarda la información del establecimiento?

Muy importante	2
Importante	2

Anexo 12. Respaldo de encuestas realizadas

espól
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

Hotel Velez

FASE 1

Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
20

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿cuántas cámaras disponen?
51

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonía móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netflix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hbo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que tipo de internet cuenta el establecimiento?

Internet móvil	<input type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cómo calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

11. ¿Cuenta con facturación electrónica?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuántas computadoras disponen en su establecimiento?

De 1 a 2 computadoras	<input type="checkbox"/>
De 3 a 6 computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>
De 7 a 10 computadoras	<input type="checkbox"/>

13. ¿Disponen de un software informático para el registro de huéspedes?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿En caso de que su respuesta anterior es afirmativa, el software utilizado en el establecimiento es gratuito o pagado?
No

15. ¿En caso de no contar con un software, responder: ¿Cómo llevan los registros de los huéspedes?
A mano en una libreta y registro en excel

16. ¿Cuál es el software o programa que utilizan las cámaras?
No

17. ¿Sus redes sociales cuentan con chatbots (mensajes instantáneos)?
No

18. ¿Qué plataforma turista utilizan?

	SI	NO
Booking	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trivago	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kayak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trivago	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. ¿Cuáles son las formas de pago que disponen?

Efectivo	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de débito	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias	<input checked="" type="checkbox"/>

Hotel Velez

Encuestador de datos mediante una breve entrevista para identificar hechos en el establecimiento.

1. Nombre de empleado: 4

Edad	Número de empleados
18-25 años	4
26-35 años	0
36-45 años	0
46-55 años	0

2. ¿Cuál es el ingreso total del último año?
40 000

3. ¿Dispone este establecimiento de una certificación de calidad o una reconocida internacionalmente?

4. ¿Dispone el establecimiento de acceso a alguna de las siguientes tecnologías de la información y comunicación?

5. ¿Por qué no tiene internet en caso de no disponer?

6. ¿Qué tipo de internet tiene?

Hotel Velez

Encuestador de datos mediante una breve entrevista para identificar hechos en el establecimiento.

1. Nombre de empleado: 4

Edad	Número de empleados
18-25 años	4
26-35 años	0
36-45 años	0
46-55 años	0

2. ¿Cuál es el ingreso total del último año?
40 000

3. ¿Dispone este establecimiento de una certificación de calidad o una reconocida internacionalmente?

4. ¿Dispone el establecimiento de acceso a alguna de las siguientes tecnologías de la información y comunicación?

5. ¿Por qué no tiene internet en caso de no disponer?

6. ¿Qué tipo de internet tiene?
Cable y fibra óptica

Hotel Velez

ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN SU ESTABLECIMIENTO (ENCUESTA PARA EL SECTOR DE SERVICIOS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS)

FASE 1

Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
20

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿cuántas cámaras dispone?
51

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonía móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netflix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hbo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que tipo de internet cuenta el establecimiento?

Internet móvil	<input type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cómo calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

8. ¿Cómo calificaría los gastos de infraestructura de su establecimiento? (5 costoso y 1 económico)

Servicio	1	2	3	4	5
Internet					
Plan Móvil					
Internet					
Página Web					

9. Su página web, cuenta con lo siguiente, responder si o no.

	SI	NO
Su página web cuenta con información de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En su página web, se pueden hacer reservas online	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Su página web, puede aceptar los pagos desde la página web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Su página web, funciona a través de WhatsApp, Facebook, o Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuentan con un correo para quejas con respuestas rápidas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál es la red social que más utilizan?

Redes Sociales	Marque con X
Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
WhatsApp	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Tik Tok	<input checked="" type="checkbox"/>

FASE 3

Digitalización a futuro

20. ¿Su establecimiento aproximadamente cuando ha invertido en tecnología?

Aproximadamente entre \$350- \$ 500	<input checked="" type="checkbox"/>
Aproximadamente entre \$ 501- \$ 1000	<input type="checkbox"/>
Más de \$ 1000	<input type="checkbox"/>
No hemos invertido en tecnología	<input type="checkbox"/>

21. ¿Tiene destinado un presupuesto para herramientas digitales?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. ¿Según su criterio, invertir en la digitalización ayudaría a mejorar su establecimiento?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nombre del establecimiento: Hotel Velez

espol
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

10/11/2022

FASE 1

Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
20

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿cuántas cámaras disponen?
5

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonía móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netflix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hbo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con qué tipo de internet cuenta el establecimiento?

	SI	NO
Internet móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cómo calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

5

Leida

Levantamiento de dato mediante una breve entrevista para identificar brechas en el establecimiento.

1. Número de empleados: 24

Edad	Número de empleados
18-25 años	1
26-33 años	1
34-41 años	1
42-55 años	2

2. ¿Cuál es el ingreso total del último año?
No sabe -> No sabe

3. ¿Dispone este establecimiento de una certificación de calidad u otra reconocida internacionalmente?

Certificación: Distintivo internacional:
 Reconocimiento: Otro:
 Distintivo nacional: Ninguno:

4. ¿Dispone el establecimiento de acceso a alguna de las siguientes tecnologías de la información y comunicación?

Computador (LAPTOP O PC): SI - 2
 Servidores locales: SI
 Servidores nubes: SI
 Internet: SI
 Tablet: SI
 Celular y tablet: SI
 Otra tecnología (Smart TV, intercomunicadores, Sistemas GPS, mecanismo de pagos): SI

5. ¿Por qué no tiene Internet en caso de no disponer?

	SI	NO
No me interesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No necesito, pero lo tengo conocimientos para utilizarlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No necesito, pero no hay un proveedor que ofrezca el servicio en la localidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Qué tipo de internet tiene?
Fibra óptica

espol
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

FASE 1

Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
33

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿cuántas cámaras disponen?
31 20

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonía móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Netflix	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Hbo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

5. ¿Con qué tipo de internet cuenta el establecimiento?

	SI	NO
Internet móvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cómo calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

5

11. ¿Cuenta con facturación electrónica?
SI

12. ¿Cuántas computadoras disponen en su establecimiento?
De 1 a 2 computadoras

13. ¿Disponen de un software informático para el registro de huéspedes?
SI

14. ¿En caso de que su respuesta anterior es afirmativa, el software utilizado en el establecimiento es gratuito o pagado?
SI

15. ¿En caso de no contar con un software, responder: ¿Cómo llevan los registros de los huéspedes?
SI

16. ¿Qué plataforma turista utilizan?
Booking

17. ¿Qué redes sociales cuentan con chatbots (mensajes instantáneos)?
SI

18. ¿Qué plataformas turista utilizan?
Trip advisor, Expedia, Travelocity

19. ¿Cuáles son las formas de pago que disponen?
Efectivo, Tarjeta de crédito, Tarjeta de débito, Transferencias

8. ¿Cómo calificaría los gastos de infraestructura de su establecimiento? (0 costoso y 1 económico)

Servicio	1	2	3	4	5
Internet					
TV Paga					
Páginas de entretenimiento como Netflix, Hbo, Disney, Amazon Prime, Electrolux					
Internet móvil					

9. Su página web, cuenta con lo siguiente, responder si o no

	SI	NO
Su página web cuenta con información de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En su página web, se pueden hacer reservas online	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se puede recargar los pagos desde la página web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Su página web, direcciona a WhatsApp, Facebook, o Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuentan con un correo para consultas con respuestas rápidas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál es el red social que más utilizan?

Redes Sociales	Marque con X
Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
WhatsApp	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Tik Tok	<input type="checkbox"/>

FASE 3

Digitalización a futuro

20. ¿Su establecimiento aproximadamente cuando ha invertido en tecnología?

	SI	NO
Aproximadamente entre \$350 - \$ 500	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aproximadamente entre \$ 501 - \$ 1000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más de \$ 1000	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No hemos invertido en tecnología	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. ¿Tiene destinado un presupuesto para herramientas digitales?
SI

22. ¿Según su criterio, invertir en la digitalización ayudaría a mejorar su establecimiento?
SI

Nombre del establecimiento: *Hotel Pacifico*

ENCUESTA

OBJETIVO: Identificar el nivel de gestión de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

Aspectos generales sobre el proceso de reclutamiento del personal:

1. ¿Cómo es el proceso de reclutamiento de personal?
Sistema Carter y ahorro

2. ¿Cuáles son las cualidades que se ven en los aplicantes para poder trabajar en el establecimiento?
Experiencia

3. ¿Con cuántos profesionales cuenta el establecimiento?
Aspectos generales sobre la gestión de ventas y compras.

4. ¿En el año 2022 las ventas han aumentado o disminuido? ¿Cuál cree que es el motivo?
Aumentaron (En Reducida)

5. ¿Cómo llevan el registro de ventas y compras realizadas en el año 2022?
Sistema

6. ¿Tienen procedimientos fijos para la adquisición de cosas necesarias para el establecimiento como: limpieza, materiales de oficina, etc.?
SI

7. ¿Cada cuánto tiempo renueva el equipo de oficina?
Solo cuando se requiere

8. ¿Cuál es su estrategia para atraer clientes?
Demostraciones al aire

9. ¿Cuánto gastan en publicidad para el establecimiento?
Redes Sociales

espól
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

FASE 1
Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
8 (0010)

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿Cuántas cámaras disponen?
Cámaras de vigilancia

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teléfono móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netflix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hbo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que tipo de internet cuenta el establecimiento?

	SI	NO
Internet móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Como calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

8. ¿Como calificaría los gastos de infraestructura de su establecimiento? (5 costoso y 1 económico)

Servicio	1	2	3	4	5
Plan Móvil					
Internet					
Página Web					

9. ¿Su página web cuenta con información de la empresa? (5 costo y 1 económico)

Servicio	1	2	3	4	5
Internet					
Tu Página					
Páginas de entretenimiento como: Netflix, Hbo, Disney, Amazon Prime					
Electricidad					
Internet móvil					

FASE 2
Uso de la digitalización en su establecimiento.

9. Su página web, cuenta con lo siguiente, responder si o no.

	SI	NO
Su página web cuenta con información de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En su página web, se pueden hacer reservas online	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se puede especular los pagos desde la página web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Su página web, direcciona a WhatsApp, Facebook, o Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuentan con un correo para quejas con respuestas rápidas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál es la red social que más utilizan?

Redes Sociales	Marque con X
Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
WhatsApp	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Tik Tok	<input type="checkbox"/>

11. ¿Cuenta con facturación electrónica?

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

12. ¿Cuántas computadoras disponen en su establecimiento?

De 1 a 2 computadoras	De 3 a 6 computadoras	De 7 a 10 computadoras
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. ¿Disponen de un software informático para el registro de huéspedes?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿En caso de que su respuesta anterior es afirmativa, el software utilizado en el establecimiento es gratuito o pagado?

15. ¿En caso de no contar con un software, responder ¿Cómo llevan los registros de los huéspedes?

16. ¿Cuál es el software o programa que utilizan las cámaras?

17. ¿Sus redes sociales cuentan con chatbots (mensajes instantáneos)?

18. ¿Qué plataforma turista utilizan?

	SI	NO
Booking	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trip advisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kayak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tivago	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. ¿Cuáles son las formas de pago que disponen?

Efectivo	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de débito	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias	<input checked="" type="checkbox"/>

ENCUESTA

espól
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de gestión de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

Aspectos generales sobre el proceso de reclutamiento del personal

1. ¿Cómo es el proceso de reclutamiento de personal?
Espól, Espól, Espól, Espól, Espól

2. ¿Cuáles son las cualidades que se ve en los candidatos para poder trabajar en el establecimiento?
- Motivación
- Responsabilidad
- Ser puntual

Aspectos generales sobre la gestión de ventas y compras.

4. ¿En el año 2022 las ventas han aumentado o disminuido? (Cuál cree que sea el motivo)
Disminuido por los problemas que por los problemas de la economía

5. ¿Cómo llevan el registro de ventas y compras realizadas en el año 2022?
Como se lleva en un libro

6. ¿Tienen procedimientos fijos para la adquisición de cosas necesarias para el establecimiento como limpieza, materiales de oficina, etc?
No

7. ¿Cada cuánto tiempo renueva el equipo de oficina?
Cuando se necesita

8. ¿Cuál es su estrategia para atraer clientes?
La limpieza, comodidad, atención

9. ¿Cuál es el gasto en publicidad para el establecimiento?
No tiene

Nombre del establecimiento: Hotel Compadre Inn

espól
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

FASE 1
Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
11

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿Cuántas cámaras disponen?
SI, 40

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teléfono móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netflix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hbo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que tipo de internet cuenta el establecimiento?

	SI	NO
Internet móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Como calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

Servicios

	1	2	3	4	5
Plan Móvil					
Internet					
Página Web					

8. ¿Como calificaría los gastos de infraestructura de su establecimiento? (5 costoso y 1 económico)

Servicio	1	2	3	4	5
Internet					
Tu Página					
Páginas de entretenimiento como: Netflix, Hbo, Disney, Amazon Prime					
Electricidad					
Internet móvil					

FASE 2
Uso de la digitalización en su establecimiento.

9. Su página web, cuenta con lo siguiente, responder si o no.

	SI	NO
Su página web cuenta con información de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En su página web, se pueden hacer reservas online	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se puede especular los pagos desde la página web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Su página web, direcciona a WhatsApp, Facebook, o Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuentan con un correo para quejas con respuestas rápidas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál es la red social que más utilizan?

Redes Sociales	Marque con X
Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
WhatsApp	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Tik Tok	<input type="checkbox"/>

11. ¿Cuenta con facturación electrónica?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuántas computadoras disponen en su establecimiento?

De 1 a 2 computadoras	De 3 a 6 computadoras	De 7 a 10 computadoras
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. ¿Disponen de un software informático para el registro de huéspedes?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿En caso de que su respuesta anterior es afirmativa, el software utilizado en el establecimiento es gratuito o pagado?

15. ¿En caso de no contar con un software, responder ¿Cómo llevan los registros de los huéspedes?

16. ¿Cuál es el software o programa que utilizan las cámaras?

17. ¿Sus redes sociales cuentan con chatbots (mensajes instantáneos)?

18. ¿Qué plataforma turista utilizan?

	SI	NO
Booking	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trip advisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kayak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tivago	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. ¿Cuáles son las formas de pago que disponen?

Efectivo	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de débito	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias	<input checked="" type="checkbox"/>

ENCUESTA

espól
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de gestión de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

Aspectos generales sobre el proceso de reclutamiento del personal

1. ¿Cómo es el proceso de reclutamiento de personal?
Espól, Espól, Espól, Espól, Espól

2. ¿Cuáles son las cualidades que se ve en los candidatos para poder trabajar en el establecimiento?
Responsabilidad y Ser puntual en el trabajo

3. ¿Con cuántos profesionales cuenta el establecimiento?
11

Aspectos generales sobre la gestión de ventas y compras.

4. ¿En el año 2022 las ventas han aumentado o disminuido? (Cuál cree que sea el motivo)
Disminuido por los problemas de la economía

5. ¿Cómo llevan el registro de ventas y compras realizadas en el año 2022?
Como se lleva en un libro

6. ¿Tienen procedimientos fijos para la adquisición de cosas necesarias para el establecimiento como limpieza, materiales de oficina, etc?
No

7. ¿Cada cuánto tiempo renueva el equipo de oficina?
Cuando se necesita

8. ¿Cuál es su estrategia para atraer clientes?
La limpieza, comodidad, atención

9. ¿Cuál es el gasto en publicidad para el establecimiento?
De 50 a 100 dólares

Nombre del establecimiento: Hotel Compadre Inn

espol
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de digitalización de hoteles de 1 a 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

FASE 1
Aspectos generales sobre la digitalización en su establecimiento:

1. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el establecimiento?
 11

2. ¿El establecimiento dispone de cámaras? Si su respuesta es sí, responder: ¿cuántas cámaras disponen?
 Si, 5 cámaras

3. ¿Qué aparatos electrónicos disponen en su establecimiento?

	SI	NO
Computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefonía móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impresoras	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aires acondicionados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Su establecimiento dispone de plataformas de streaming?

	SI	NO
Disney +	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netflix	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amazon Prime	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hbo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que tipo de internet cuenta el establecimiento?

Internet móvil	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Internet fibra óptica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet satelital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Su establecimiento cuenta con una página web?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Como calificaría el uso de tecnología que tiene su establecimiento? (1 es malo y 5 es excelente)

8. ¿Como calificaría los gastos de infraestructura de su establecimiento? (5 con económico)

Servicio	1	2	3	4	5
Plan Móvil					
Internet					
Página Web					

9. Su página web, cuenta con lo siguiente, responder si o no.

	SI	NO
Su página web cuenta con información de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En su página web, se pueden hacer reservas online	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se puede ejecutar los pagos desde la página web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Su página web, direcciona a WhatsApp, Facebook o Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuentan con un correo para quejas con respuestas rápidas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál es la red social que más utilizan?

Redes Sociales	Marque con X
Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
WhatsApp	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Tik Tok	<input checked="" type="checkbox"/>

11. ¿Cuenta con facturación electrónica?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuántas computadoras disponen en su establecimiento?

De 1 a 2 computadoras	<input type="checkbox"/>
De 3 a 6 computadoras	<input checked="" type="checkbox"/>
De 7 a 10 computadoras	<input type="checkbox"/>

13. ¿Disponen de un software informático para el registro de huéspedes?

	SI	NO
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. En caso de que su respuesta anterior es afirmativa, el software utilizado en el establecimiento es gratuito o pagado?

gratuito

15. En caso de no contar con un software, responder ¿Cómo llevan los registros de los huéspedes?

Si disponen

16. ¿Cuál es el software o programa que utilizan las cámaras?

NO

17. ¿Sus redes sociales cuentan con chatbots (mensajes instantáneos)?

NO

18. ¿Qué plataformas turística utilizan?

	SI	NO
Booking	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trip advisor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kayak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trivago	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. ¿Cuáles son las formas de pago que disponen?

Efectivo	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarjeta de débito	<input checked="" type="checkbox"/>
Transferencias	<input checked="" type="checkbox"/>

FASE 3
Digitalización a futuro

20. ¿Su establecimiento aproximadamente cuando ha invertido en tecnología?

Aproximadamente entre \$350- \$ 500	<input type="checkbox"/>
Aproximadamente entre \$ 501- \$ 1000	<input checked="" type="checkbox"/>
Mas de \$ 1000	<input type="checkbox"/>
No hemos invertido en tecnología	<input type="checkbox"/>

21. ¿Tiene destinado un presupuesto para herramientas digitales?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. ¿Según su criterio, invertir en la digitalización ayudaría a mejorar su establecimiento?

SI	NO
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nombre del establecimiento: Rao Hotel

ENCUESTA

espol
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

OBJETIVO: Identificar el nivel de gestión de hoteles de 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.

Aspectos generales sobre el proceso de reclutamiento del personal

1. ¿Como es el proceso de reclutamiento de personal?
 Selección del personal entrevista personal

2. ¿Cuáles son las cualidades que se ve en los aplicantes para poder trabajar en el establecimiento?
 Responsable, puntual, proactivo

3. ¿Con cuantos profesionales cuenta el establecimiento?
 9

Aspectos generales sobre la gestión de ventas y compras.

4. ¿En el año 2022 las ventas han aumentado o disminuido? ¿Cuál cree que sea el motivo?
 Disminuido por la delincuencia

5. ¿Como llevan el registro de ventas y compras realizadas en el año 2022?
 Particular

6. ¿Tienen proveedores fijos para la adquisición de cosas necesarias para el establecimiento como limpieza, materiales de oficina, etc.?
 Si

7. ¿Cada cuanto tiempo renueva el equipo de oficina?
 Cada que se daña

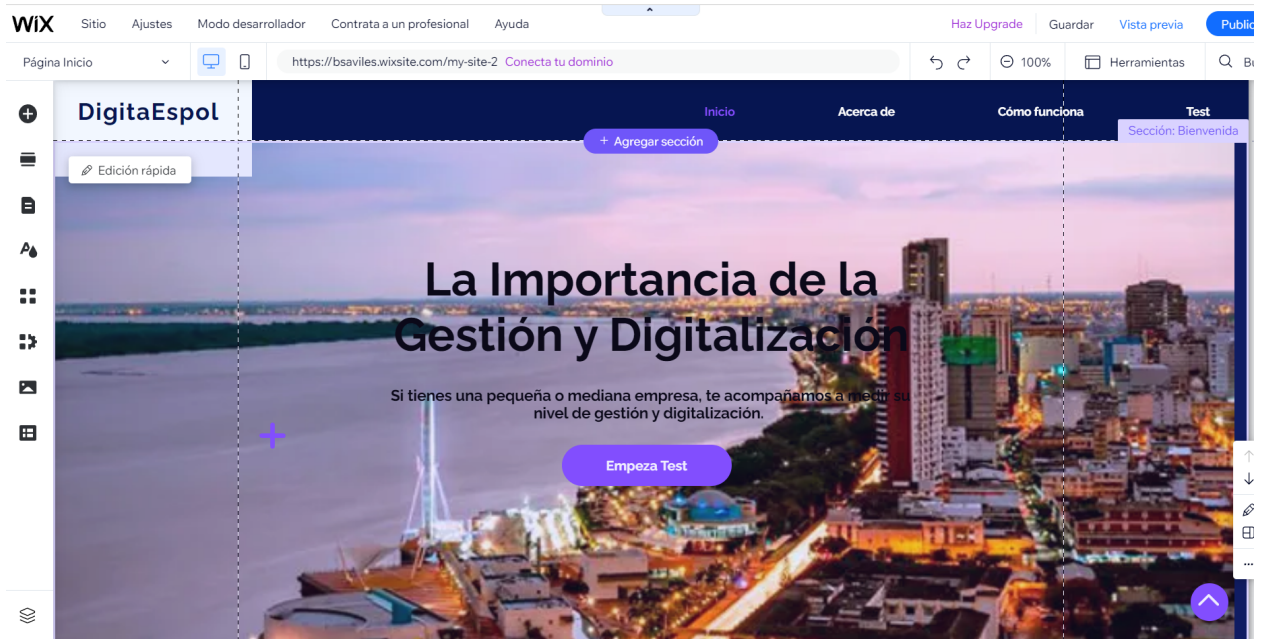
8. ¿Cuál es su estrategia para atraer clientes?
 Promociones y descuentos

9. ¿Cuánto gastan en publicidad para el establecimiento?
 La publicidad es propia de una campaña

Anexo 13. Evidencias



Anexo 14. Ejemplo de pagina web



Fuente: Elaboración propia (2022)

Anexo 15. Poster del proyecto

Diseño de una herramienta de diagnóstico para procesos de gestión y digitalización en micros y pequeños hoteles de Guayaquil

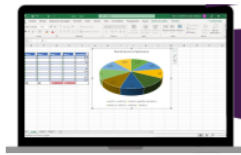
PROBLEMA

El sector hotelero es una fuente muy importante dentro de la economía de un País, sin embargo no todos los establecimientos cuentan con una correcta comodidad para sus huéspedes, por lo tanto la problemática de este trabajo es el desconocimiento de las brechas digitales en los hoteles de 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil.



OBJETIVO GENERAL

Nuestro objetivo general es crear una herramienta que nos ayude a poder medir el nivel de gestión y digitalización de los hoteles de 2 estrellas de la ciudad de Guayaquil



PROPUESTA

1. Se propone DigitaEspol, una herramienta que es trabajada por Microsoft Excel, para esto es importante el reconocimiento de 4 etapas fundamentales dentro de los establecimientos hoteleros.



2. Se realizo encuestas y se trabajo mediante la escala de Likert.



3. Una vez obtenida las alternativas numéricas de Las encuestas, se procede a utilizar la formula del promedio.



¿De que se trata la escala de Likert?

Método de investigación que utiliza una escala de calificación para conocer el nivel sobre un tema.

espol

escala de calificación de cinco items

¿Qué tan importante es el uso de cámaras dentro de su establecimiento?

1. ¿Qué tan importante es el uso de cámaras dentro de su establecimiento?

2. ¿Qué tan importante es el uso de cámaras dentro de su establecimiento?

Muy importante Importante Poco importante No importante

Tabla de valores

Muy importante	5
Importante	4
Neutral	3
Poco importante	2
No importante	1

Es importante conocer el modelo de encuestas

Y el significado de cada respuestas.

RESULTADOS

Como podemos observar en el cuadro, según los hoteles analizados mediante nuestro prototipo, estos establecimientos tienen un buen nivel de gestión y digitalización, ya que su nivel de digitalización esta entre el 3,75% a 4%.



Columna1	fase 1	fase 2	fase 3	fase 4	nivel
HOTEL VELEZ	4	4	4	3	3,75
HOTEL ANDALUZ	4	4	3	4	3,75
HOTEL FLOR DE LUZ	4	3	4	3	3,5
HOTEL ATLANTIC SUITE	4	3	5	4	4
HOTEL INDIRA	4	3	4	3	3,5
HOTEL PUERTO PACIFICO	4	4	3	4	3,75
HOTEL GARZOTA INN	4	4	4	4	4
HOTEL PLAZA MONTE CARLO	4	4	4	3	3,75
RIO HOTEL	4	3	4	4	3,75

CONCLUSIONES

Mediante una investigación literaria se pude identificar cual es la situación actual de los hoteles de la ciudad de Guayaquil, este sector ha tenido que mantenerse firme debido a los impactos negativos que ha recibido durante estos años, el más importante la pandemia mundial, sin embargo, por actividades dispuestas por el sector privado y público, ayuda de la alcaldía y el MINTUR, este sector ha incrementado sus ventas.

INTERPRETACION DE RESULTADOS



Si la empresa tiene entre 1% a 1,70%, podemos decir que tiene una escasez de digitalización, por lo tanto, se debería desarrollar un plan para un futuro ir implementando la digitalización.



Si la empresa tiene entre 1.71% a 3.3%, podemos interpretar que el hotel está en camino a la digitalización, para esta etapa, varios departamentos se están innovando y digitalizando.



Si la empresa tiene entre 3.2% a 5%, quiere decir que el hotel se encuentra en una buena fase, usan tecnologías, y día a día existe la innovación.

Nuestra herramienta nos ayudo a identificar que los 9 hoteles encuestados en la ciudad de Guayaquil, se encuentran en un nivel de digitalización alto, eso quiere decir que a pesar de que sean 2 estrellas, están en constante innovación.

Esta herramienta nos ayuda a la creación de objetivo estratégicos, aumentar el crecimiento económico y a mejorar el rendimiento laboral.

Bibliografía

- Aluisa Abad, E. S. (10 de Diciembre de 2019). *Analisis Historico del Sector Hotelero en Quito en el Periodo 2008 .2018*. Obtenido de Repositorio Universidad San Francisco de Quito: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/9031/1/125774.pdf>
- Aravena Lienqueo, M. B., Fara Belmar, C. A., & Torres Mardones, V. A. (2012). *Facultad Economía y Negocios Universidad de Chile*. Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108118/ec-aravena_.pdf?sequence=3
- Barreto, L. (2020). *SSWM*. Obtenido de <https://sswm.info/taxonomy/term/2647/problem-tree-analysis>
- Bravo Carrasco , J. (2011). *Gestion de Procesos*. Santiago de Chile : Editorial Evolucion S.A.
- Brown, T. (5 de Noviembre de 2021). *Los 7 KPIs mas Importantes en la Industria Hotelera*. Obtenido de MEWS: <https://www.mews.com/es/blog/kpis-industria-hotelera#heading1>
- Cachay Olivera, N. G., & Espino Blair, C. L. (Julio de 2021). *Digitalizacion v. Transformacion Digital: Una mira estrategica a la Transformacion Digital en los Hoteles Socios de Afeet Perú Capitulo Arequipa*. Obtenido de Universidad Católica del Perú: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21145/Cachay%20Olivera_Espino%20Blair_Digitalizaci%C3%B3n_vs.%20transformaci%C3%B3n_digital.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carballea Orihuela, M., Garcia Leonard, Y., Vergara Romero, A., & Ibañez Fernandez, A. (28 de Diciembre de 2021). *Pautas Para el Diseño de un Modelo de Gestión Hotelera que Incorpote la Innovación en Entidades del MINTUR en la Habana*. Obtenido de Ecociencias: <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/642/400>
- Constitucion de la Republica del Ecuador*. (20 de octubre de 2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cruz García, G., Lara Jiménez , C., Ortega Santos, M., Rábago Viramontes, J. S., & Vilchis Gómez, R. (Diciembre de 2008). *Implementación de KPI en Ademsa*. Obtenido de Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/5205/LNI2008C743g.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Design Thinking España. (2022). *Lienzo de Propuesta de Valor*. Obtenido de Design Thinking España: <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/lienzo-de-propuesta-de-valor>
- El comercio . (19 de Agosto de 2020). *Cámara de Turismo del Guayas Calcula que 25% de Hoteles de la Provincia Enfrenta Cierre Definitivo por Pandemia*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/camara-turismo-guayas-cierre-hoteles.html>
- Escorsa Castells, P., & Valls Pasola, J. (2003). *Tecnología e Innovación en la Empresa*. Barcelona: Edición UPC.
- Estrada, B. (2021). *La Digitalizacion en el Mundo del Trabajo*. Obtenido de Revista de Investigacion Tarbiya: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/221983/Estrada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Fernandez Alles, M. T. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero: Revisión de la Literatura Científica. *Cuadernos de Turismo* , 47-57. Obtenido de Repositorio Univesidad de Murcia: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147181/131231>
- Fonseca Rodrigues, J., Dos Reis, D. R., & De Lim, I. A. (2013). Un Ejemplo Práctico del Uso del Brainstorming en la Generación de un Producto Innovador: Un Estudio de Caso en una Empresa del Ramo Metalúrgico. *Revista ADMPG*, 1.
- Granda, M. L., & Campoverde, J. (2022). *¿Cuál es el nivel de digitalizacion de las empresas en Ecuador?* Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL): <https://www.espol.edu.ec/sites/default/files/espol/Reporte%20Chequeo%20Digital%20Ecuador.pdf>
- Guest. (25 de Agosto de 2017). *Rockcontent*. Obtenido de Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>
- Hinojosa Galván, Heissel Sayonara, & Feria Cruz, M. (2016). Innovación en la Industria Hotelera: un Estudio de Caso en Hoteles de 4 y 5 Estrellas en la ciudad de Aguascalientes . *Conciencia Tecnologica* , 32-37.
- Jimenes, R. D. (08 de 09 de 2022). *Universidad Politecnica Salesiana Ecuador*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23746/1/UPS-GT004036.pdf>
- Lideres*. (3 de marzo de 2021). Obtenido de Hoteles apuntan a los eventos para su recuperación: <https://www.revistalideres.ec/lideres/hoteles-eventos-recuperacion-economica-covid.html>
- Lopez Estrada , R. E., & Deslauriers, J. (2011). La Entrevista Cualitativa Como Técnica Para la Investigación en Trabajo Social. *Revista Margen*, 61.
- Lugo Muñoz , M., & Ramos Villegas, E. (Enero de 2021). *La Metodología Design Thinking Para la Innovacion y Centrada en la Persona*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/348657912_La_metodologia_Design_Thinking_para_la_innovacion_y_centrada_en_la_persona
- Lugo Muñoz, M., & Villegas Ramos, E. L. (Enero de 2021). *La Metodología Design Thinking Para la Innovacion y Centrada en la Persona*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/348657912_La_metodologia_Design_Thinking_para_la_innovacion_y_centrada_en_la_persona
- Maldonado, J. A. (2018). *Gestion de Procesos*. Obtenido de Academia Accelerating the world's research: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55606149/GESTION_DE_PROCESOS_2018-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1667529139&Signature=UBL0araNYkHhUjFptn4HWrdYgcfH-QTO1koXhizG-P04SacKM4Mlti8G2K1zUC43BGBAmsaAk47y1vY3kGRBKXejfGYCYHEwMxMrgXPTc7x~K0jOmHYESqaxiMvYfZUmbgS
- Márquez Ortiz, L. E., Viteri Mero, M. J., Useche Castro, L. M., & Cuétara Sánchez, L. M. (2021). Proceso Administrativo y Sostenibilidad del Sector Hotelero de la Parroquia Crucita, Manabi - Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 367-385.
- Menendez, T. (4 de 09 de 2022). *Primicias*. Obtenido de Ya no Hay Hospedajes en Guayaquil por la Final de la Copa Libertadores:

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/hospedajes-guayaquil-final-copa-libertadores-ecuador/>

Ministerio de Turismo . (24 de Marzo de 2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Ministerio de Turismo. (27 de 12 de 2014). Obtenido de Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo. (2022). Obtenido de Establecimientos Registrados: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

MINTUR. (18 de 04 de 2022). Obtenido de La Reactivación Turística es una Realidad, La Ocupación Hotelera se Recuperó en un 93% en Feriado de Semana Santa: <https://www.turismo.gob.ec/la-reactivacion-turistica-es-una-realidad-la-ocupacion-hotelera-se-recupero-en-un-93-en-este-feriado-de-semana-santa/>

MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting. (2011). Obtenido de Digital Transformation: A Roadmap For Billion-Dollar Organizations: https://www.capgemini.com/it-it/wp-content/uploads/sites/13/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar_Organizations.pdf

Montaudon Tomas, C., Pinto Lopez, I., & Yañez Moneda, A. (2020). Tendencias de la Digitalización en la Hospitalidad y el Turismo. *Latindex*, 1178.

Muñoz Lugo, M., & Villegas Ramos, E. (Enero de 2021). *La Metodología Design Thinking Para la Innovación y Centrada en la Persona*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/348657912_La_metodologia_Design_Thinking_para_la_innovacion_y_centrada_en_la_persona

Noreña, A., Moreno, N. A., Rojas, J. G., & Malpica, D. R. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 265-270.

Ortiz Cantú, S., & Pedroza Zapata, Á. (2006). ¿Que es la Gestión de la Innovación y la Tecnología (GInnT)? *Journal of Technology Management & Innovation*, 66-67.

Pagador Barton, A., & Uriarte Delgado, N. (18 de Diciembre de 2020). *El Uso de la Tecnología Inteligente en Hoteles a Nivel Internacional y su Aplicación en el Perú*. Obtenido de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654541/PagadorB_A.pdf?sequence=3

Pelá Resano, R. (Septiembre de 2013). *Design Thinking*. Obtenido de Universitat Oberta de Catalunya: https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/75946/4/Design%20Thinking.%20Tendencias%20en%20la%20teor%C3%ADa%20y%20la%20metodolog%C3%ADa%20del%20dise%C3%B1o_M%C3%B3dulo%204_Design%20thinking.pdf

Perez Savelli, M., & Quiñones, V. (2015). El Diagrama o Blueprint del Servicio: Herramienta de Diseño y Control en la Prestación de los Intangibles. *Horizontes Empresariales*, 63-72.

Pinargote Montenegro, K. G., & Llor Chávez, T. D. (2021). El Covid-19 y su Impacto económico en las empresas hoteleras Manta-Ecuador. *Eca Sinergia*, 153.

- Plattner, H. (2018). *Mini Guía: Una Introducción al Design Thinking*. Obtenido de Institute of Design at Stanford: <http://guiaiso50001.cl/guia/wp-content/uploads/2017/04/guia-proceso-creativo.pdf>
- Prieto Izquierdo, Katherine. (Octubre de 2022). *Sistema de Innovación Tecnológica Para la Mejora de la Gestión Empresarial en Hoteles de 3 Estrellas de la Ciudad de Babahoyo*. Obtenido de Repositorio Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López: <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1928/1/TTMT18D.pdf>
- Reglamento de Alojamiento Turístico*. (24 de Marzo de 2015). Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Reglamento de Alojamiento Turístico*. (2016). Obtenido de Ministerio de Turismo.
- Rosales Utrilla, k., & Urbano Pardo, K. (Julio de 2020). *Contribución de la Digitalización de los Procesos Operativos en la Productividad de las Pequeñas Empresas del Sector Textil-Confección*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/19374/ROSALES_U TRILLA_URBANO_PARDO%20%281%29%20%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sisamon Gil, R. (2012). El análisis “DAFO” aplicado a la intervención en casos de personas en situación de exclusión social. *Dialnet*, 471-472.
- Turisec. (24 de Julio de 2022). *Guayaquil Recibirá 2,5 Millones de Turistas en Todo 2022, Según Proyecciones; Operadores Piden Trabajo Conjunto*. Obtenido de <https://www.turisec.com/proyecciones-estiman-que-guayaquil-recibira-25-millones-de-turistas-en-2022-operadores-piden-trabajo-conjunto/#:~:text=Guayaquil%20recibir%C3%A1%20%2C5%20millones,operadores%20piden%20trabajo%20conjunto%20%2D%20Turisec>
- Turisec. (13 de Septiembre de 2022). *La Inseguridad en Guayaquil*. Obtenido de Turismo en Ecuador: <https://www.turisec.com/la-inseguridad-afecta-al-turismo-en-guayaquil-pero-recibe-premios/>