

REVISIÓN DE LAS PUBLICACIONES SOBRE CULTURA WEB 2.0 APLICADA AL SECTOR DE LA PYME HOTELERA DEL ECUADOR

Solano, Javier¹
Mature, Gianella²
Gonzaga, Sandy³

¹ Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magíster en
Economía y Dirección de Empresas, ESPOL; e-mail: jsolano@umet.edu.ec

² Estudiante UMET, Universidad Metropolitana, Sede Machala; e-mail:
kmatute@umet.edu.ec

³ Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Magister en Gestión
Empresarial, UTPL; e-mail: sgonzaga@umet.edu.ec

Resumen

La presente ponencia muestra un análisis bibliográfico de la cultura web 2.0 en el sector hotelero de Ecuador, donde se realizó una filtración de fuentes académicas a través del programa Publish or Perish, en el buscador Google Académico, con las palabras clave: Ecuador, turismo, hoteles, pyme, y Web 2.0. Como resultado se observa que no hay estudios específicos sobre cultura web 2.0 y hoteles, además en su mayoría, un 73%, se concentran en las temáticas “aplicación y herramientas” y “evolución 2.0”, por lo cual existe una brecha investigativa para estudios sectoriales, que relacionen los conceptos de cultura Web 2.0 y sector hotelero.

Palabras clave: Turismo, Web 2.0, pyme, hoteles, Ecuador

Abstract

This paper displays an analysis on the influence of the web 2.0 culture in the tourism and hospitality sector of Ecuador, to increase the economy of the country helped of its tourist riches and biodiverse areas it is necessary to innovate the way to make known with the help of web 2.0 mentioned earlier since it's tool of easy access and greater collaboration and expansion with the world.

Keywords: Tourism, Web 2.0, SME, hotels, Ecuador

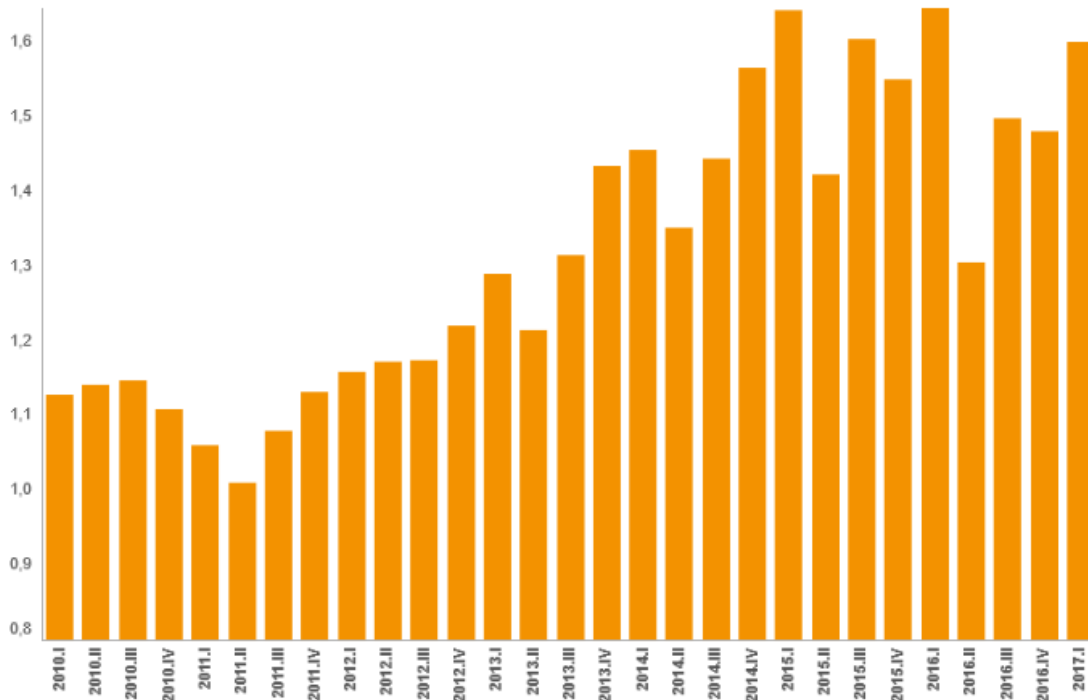
Introducción

Importancia del sector turístico y hotelero en el Ecuador

Según la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2012) el turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejora la calidad de vida debido a un mejor manejo a los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente. El turismo es un sector que promueve la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero más importante es la entrada de divisas para Ecuador (Perero, 2017). El

peso del consumo turístico receptor en el PIB, ha tenido un incremento sostenido desde el primer trimestre de 2010, que ha pasado de significar un 1,1% al 1,6% del PIB en primer semestre de 2017, tal como se observa en la Figura 1.

Figura 1.- Peso del consumo turístico receptor en el PIB



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, recuperado en:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/indicadores-omt-cepal/96>

De acuerdo a Quisiguiña y Teran (2016), el sector hotelero ecuatoriano se había caracterizado hace algunos años por un crecimiento sostenido basado en las campañas promovidas desde el gobierno central enfocados principalmente en la diversidad cultural y de ecosistemas que presenta el Ecuador. Se destaca que la ciudad de Quito ha sido uno de los destinos turísticos más galardonados en los últimos años. Sin embargo, diferentes factores han promovido para que la ocupación promedio del sector se vea disminuido, entre los cuales se puede mencionar: a) el aumento de la oferta Hotelera en la ciudad; b) la reducción de la llegada de turistas no residentes a la ciudad de Quito desde el segundo semestre del 2015; c) la apreciación del dólar; y d) la percepción de inestabilidad social y política (Medina, 2016).

Quisiguiña y Teran (2016), establecen que el 85% de los hoteles en Ecuador son pymes y microempresas que no disponen de un alto desarrollo tecnológico y menos pueden acceder a los requerimientos de la hotelería mundial. En el país, al 2016, se encuentran establecidos aproximadamente 4.500 establecimientos de alojamiento turístico, y de acuerdo al Reglamento general de actividades turísticas (Noboa, 2002), existe la siguiente clasificación de hoteles, según la Tabla 1.

Tabla 1.- Clasificación de los hoteles

Denominación del hotel	Número de estrellas	Característica
Hotel	5 y 4	Contar con un Asistente de Gerencia, variedad de desayunos, cajas fuertes, maquinarias de servicio, personal bilingüe, personal especial para cada servicio que preste el hotel, comida internacional y nacional y prestar servicios de salud con un profesional médico y auxiliar.
	3	Prestar servicios de recepción, consejería, mantenimiento, de comedor, telefónico, lavandería y planchado, botiquín de primeros auxilios.
	2	Prestar servicios de recepción, mantenimiento, comedor, telefónico, lavandería y planchado y botiquín de primeros auxilios.
	1	Prestar servicios de recepción, mantenimiento, comedor, teléfono público y botiquín de primeros auxilios.
Hoteles residencia	De 4 a 1	Prestar al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto podrá disponer de servicio de cafetería. No podrá ofrecer servicios de comedor y tendrá un mínimo de treinta habitaciones.
Hotel apartamento	De 4 a 1	Preste al público en general alojamiento en apartamentos con todos los servicios de un hotel, exceptuando los de comedor. Dispondrá de un mínimo de treinta apartamentos y de muebles, enseres, útiles de cocina, vajilla, cristalería, mantelería, lencería, etc. para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno. Podrá disponer además de cafetería.

¿Qué es la cultura web 2.0?

Se define a la Web 2.0 como un nombre cómodo para describir un fenómeno, se trata de un cambio que va desde la época en que Internet era un accesorio de los ordenadores personales, hasta el momento en que Internet es una auténtica plataforma por sí misma (Camacho, Ríos y Martín, 2011). Al establecer que la internet es una plataforma, las reglas de los negocios cambian, en donde la regla principal señala que “Los usuarios son valiosos” y que se debe lograr crear mejores base de datos, más amigables, para que cada vez más usuarios las utilicen; este es un objetivo que debe aspirar una compañía de la Web 2.0 (Guardiola, 2015). Mientras que (Cancino, 2012) la define como el estudio de los aspectos sociales, culturales, éticos y estéticos de la Tecnología de la Información y la Comunicación, con el enfoque centrado en la interacción entre cultura y tecnología. Entre las ventajas que se desprenden del uso de la web 2.0, Ruiz (2014), enumera las siguientes:

- Software legal
- Disponibles desde cualquier lugar
- Multiplataforma
- Siempre actualizado
- Menor requerimiento de hardware
- Es un buen método para la realización de trabajos de creación, investigación y desarrollo
- Aumenta las capacidades sociales y de colaboración humana.
- Fomenta el aprendizaje constructivista.
- Es una forma de romper los muros del aula. Lo que se hace en clase se continúa trabajando desde casa o desde otros espacios.

- Los “nativos digitales” ya han alcanzado la competencia digital.

El mismo autor, también señala las siguientes desventajas:

- Desconfianza que se genera ante la falta de comunicación entre el profesor y los alumnos, sobre todo en el proceso de evaluación del aprendizaje del alumno.
- Eliminación de la interacción social física. Requiere equipos y recursos técnicos.
- Más comodidad menos intimidad.
- Los archivos quedan guardados en el servidor de la institución o empresa que ofrecen herramientas informáticas quedando vulnerables a los usuarios.

Continuando con lo anterior, Camacho (2011) indica que dentro de todo el maremágnum de información que ofrece hoy día internet; se pueden destacar aquellas aplicaciones y herramientas, que son las más utilizadas por la mayoría de los internautas y en concreto las más utilizadas en el ámbito del turismo. Así pues y en base a esta división podemos distinguir diferentes herramientas para cada caso, y estas serán:

- Redes sociales: Facebook, Twitter, Linked in
- Aplicaciones para publicar/difundir y buscar información: YouTube, Flickr, SlideShare
- Aplicaciones para expresarse/crear y publicar/difundir: blog, wiki
- Aplicaciones para buscar/acceder a información de la que nos interesa estar siempre bien actualizados: RSS, GoogleReader
- Otras aplicaciones on-line: Geolocalización, ofimática on-line

Métodos y materiales

El presente trabajo es un análisis bibliográfico, en el cual se utilizó las siguientes palabras claves: Ecuador; hoteles; web 2.0; pyme, turismo. La búsqueda se realizó para el periodo 2010-2017 con la herramienta Publish or Perish (POP) (Harzing, 2014), para efectuar las búsquedas en el Google Académico, buscador que en los últimos años se ha posicionado y emergido como herramienta útil para el análisis bibliográfico (Masabanda-Pilataxi, 2014).

Resultados

La búsqueda con POP arrojó 44 artículos en el periodo de estudio, con una cantidad de 28 citas para las fuentes bibliográficas, mostrando un índice h de 3, y el promedio de artículos por autor fue de 1.7. Basados en los lineamientos de Camacho (2011) para la revisión y análisis bibliográfico en temática web 2.0 y hoteles, para el caso de la pyme hotelera en el Ecuador, se descartó 4 documentos debido a que correspondían a estudios efectuados en otros contextos ajenos al ecuatoriano, el resultado observado fue el que se muestra en la Tabla 1.

Tabla 2. Clasificación por temática de artículos

Autores	Evolución 2.0	Aplicaciones y herramientas	Sistemas y Estrategias	Comportamiento del consumidor
Albornoz Borja, R. (2011)		X		
Alomoto Almachi, J. y Villacrés Núñez, J. (2013)		X		
Alvarado Chávez, C.; Ángel, C. y Ponce, C. (2016)				X
Arellano Rosero, A. (2013)		X		
Barreno Cepeda, J. (2015)		X		

Bedoya Tavera, V. y Echeverry Ossa, R. (2014)		X		
Benítez Chiriboga, G. (2015)		X		
Builes-Valencia, D. y Herrera-Espinosa, D. (2014)			X	
Calderón, B. (2013)	X			
CEPAL (2010)	X			
Cevallos Cevallos, S. y Moreno Benavides, P. (2013)		X		
Cobo Sevilla, L. (2014)		X		
Costa, W. (2016)		X		
Costa, W. (2016)				X
De La Fuente Harriague, V. y Miranda Antoria, M. (2011)				X
Figueroa Sánchez, I. y Zambrano Ordoñez, A. (2012)	X			
Flores Ochoa, P. (2012)		X		
Fuertes Ortega, VM (2015)	X			
Galvis Mutis, L. (2013)		X		
García, F. y Castillo, F. (2015)				X
González, C. y Lema, V. (2012)		X		
Herrera Tamariz, H. (2010)	X			
Huilcamaigua, C. y Augusto, C. (2015)		X		
Lascano Gómez, M. (2012)		X		
Lozoya, M.; Aguilar, P.; Quintero, M.; y Montoya, J. (2013)			X	
Luz Clara, B.; Di Iorio, A.; Urirarte, V. y Giaccaglia, M. (2013)	X			
Marín, J. y García Zaballos, A. (2014)	X			
Martínez, F. (2010)		X		
Meyer, S. (2011)				X
Moncada Sánchez, S. (2016)			X	
Moreno, M. y Sarai, G. (2017)			X	
Nathaly, G. y Chiriboga, B. (2015)		X		
Ojeda, Y. y Alejandra, M. (2013)		X		
Ortíz, L. y Quizhpi, M. (2011)		X		
Paltan García, A. y Verdezoto Domínguez, S. (2017)		X		
Posso Pacheco, E. (2016)		X		
Ramos Orellana, K. y Navarro Gaibor, M. (2011)		X		
Salvador, A. y David, E. (2016)			X	
Trujillo Ortiz, W. (2014)				X
Velarde Quispe, L. (2016)	X			
Total en %	20%	53%	13%	15%

Fuente: Elaborado en base a Camacho (2011). *Cultura web 2.0 aplicada en el sector hotelero de Sevilla, para hoteles independientes*. Recuperado en:

https://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/12/TFM_JAVIER_CAMACHO_MASTER_US_TURISMO_2010_2011.pdf

Se puede destacar que la mayoría de los autores han realizado sus estudios sobre la temática aplicaciones y herramientas, con un 53% de prevalencia; la segunda temática en importancia es evolución 2.0 que incluye un 20% del total de trabajos, en total entre la primera y segunda temática, se engloba un 73%, por lo cual al igual que en Camacho, el estudio de la temática Web 2.0 se ha enfocado en los aspectos más generales, mientras que sobre los aspectos más relacionados con la cultura Web 2.0 y hoteles, no se encontraron trabajos sobre el tema.

Del total de fuentes bibliográficas (40), el 58% eran trabajos de titulación de pregrado y posgrado (95%), y la proporción de trabajos relacionados sobre la línea temática aplicaciones y herramientas bordea el 65% del total, con la presencia de 20 universidades diferentes, según se observa en la Tabla 3.

Tabla 3. Relación de recursos bibliográficos con Universidades del Ecuador

Temática de la fuente	Universidad	Tipo de fuente
Aplicaciones y Herramientas	Escuela Politécnica Nacional	Tesis
	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Tesis
	Universidad Andina Simón Bolívar	Tesis
	Universidad Central del Ecuador	Tesis
	Universidad de las Américas	Tesis
	Universidad de los Andes	Tesis
	Universidad del Azuay	Tesis
	Universidad Estatal de Milagro	Tesis
	Universidad Internacional del Ecuador	Tesis
	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Libro
	Universidad Nacional de Loja	Tesis
	Universidad Politécnica Salesiana	Tesis
	Universidad Politécnica Salesiana ^a	Tesis
	Universidad Regional Autónoma de Los Andes	Tesis
Universidad San Francisco de Quito	Tesis	
Comportamiento del consumidor	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Tesis
Evolución 2.0	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	Tesis
	Universidad de las Américas	Tesis
	Universidad Israel	Tesis
	Universidad Laica Vicente Rocafuerte	Tesis
Sistemas y estrategias	Universidad de Guayaquil	Tesis
	Universidad de las Fuerzas Armadas	Tesis
	Universidad Técnica de Machala	Tesis

Fuente: Elaboración propia del autor

Nota: a. Es el único caso donde se repite la universidad según la línea temática.

Aparte el impacto de las fuentes bibliográficas están definidas por el nivel de citación que la fuente pueda alcanzar, en ese sentido el 20% de los 40 documentos analizados dispone de al menos una cita, destacando Martínez (2010) con un total de 13 citas que representa el 46% del total de citas observadas, según se detalla en la Tabla 4.

Tabla 4. Citación y temáticas

Autor	Temática	Citas	%
Alomoto Almachi, J. y Villacrés Núñez, J. (2013)	Aplicaciones y herramientas	1	
Flores Ochoa, P. (2012)	Aplicaciones y herramientas	3	
Martínez, F. (2010)	Aplicaciones y herramientas	13	
Total de citas		17	61%
CEPAL (2010)	Evolución 2.0	8	
Herrera Tamariz, H. (2010)	Evolución 2.0	1	
Marín, J. y García Zaballos, A. (2014)	Evolución 2.0	1	
Total de citas		10	36%
Meyer, S. (2011)	Comportamiento del consumidor	1	
Total de citas		1	4%
Total de citas global		28	

Fuente: Elaboración propia del autor

Además se puede resaltar que el 61% del total de citas provienen de la temática Aplicaciones y herramientas; otro aspecto llamativo es la actualidad de la fuente, donde la más actualizada es del 2014, mientras que de Martínez, el más citado, es de 2010. Si se considera que el segundo documento más citado es el de CEPAL (2010), en total entre el primer y segundo con mayores citas, engloban un 75% del total de citas y ambos coinciden además en la fecha de elaboración del documento.

Conclusión

Mediante la elaboración de esta investigación se ha logrado identificar las características de las fuentes bibliográficas que incluyen las palabras Ecuador; hoteles; web 2.0; pyme, y turismo. Como primera conclusión se puede resaltar la prevalencia de las investigaciones sobre aplicaciones y herramientas, además que la mayoría de estudios son tesis. Lo anterior es relevante en el sentido de la potencialidad de desarrollar investigaciones a futuro que se enfoquen en la cultura WEB 2.0 y el sector hotelero. Sobre el nivel de citación, se puede resaltar que la temática, aplicación y herramientas y evolución 2.0, engloba un 96% del total de citas observadas, otro indicio más que nos indica que los estudios se concentran en aspectos aún generales y revelan el potencial de estudios sectoriales, en este caso para el sector hoteles.

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación forma parte de los resultados del proyecto de investigación "Propuestas de mejoras de la competitividad interna/empresarial de la mipyme de la Provincia de El Oro", de la Carrera Gestión Empresarial de la UMET, Sede Machala, por lo cual se agradece a la UMET por hacer posible presentar esta ponencia.

Bibliografía

- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). *PRO ECUADOR*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Camacho, J. (diciembre de 2011). *Static*. Obtenido de https://static.hosteltur.com/web/uploads/2011/12/TFM_JAVIER_CAMACHO_MASTER_US_TURISMO_2010_2011.pdf
- Cancino, J. (05 de junio de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/cultura-digital-web20-herramientas-tecnologicas/>
- Guardionla, J. (2015). Clasificación de iniciativas de Crowdsourcing y presencia en el sector turístico. En J. Valdezate (Presidente). *II Simposio Internacional IMAT*. Simposio llevado a cabo en ESIC, Valencia.
- Harzing, A. (2014). *Publish or Perish*. Obtenido de <http://harzing.com/resources/publish-or-perish>
- Masabanda-Pilataxi. (2014). *Revisión de las publicaciones sobre Gestión del Conocimiento e Innovación en PYMES* (Vol. 4). Ciencias Holguín.
- Medina, A. (2016). La oferta hotelera subió, pero la demanda de huéspedes cayó en Quito. *El Comercio*, Recuperado en: <http://www.elcomercio.com/datos/sectores-hoteleros-quito-turismo-ecuador.html>
- Noboa, G. (2002). Reglamento General de Actividades Turísticas. *Reglamento General de Actividades Turísticas*.
- Camacho Mateos, J., Ríos Martín, M. Á., y Martín Velicia, F. A. (2012). Cultura web 2.0 aplicada en el sector hotelero de Sevilla, para hoteles independientes. *Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo (2012)*, p 147-172, 147-172.
- Perero, S. V., Farfán, B. V., & Suárez, T. A. (2017). Evolución del sector servicios de alojamiento y restauración y su contribución al desarrollo económico de Ayangué, Provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 4(1), 79-85.
- PROECUADOR. (2012). *PRO ECUADOR*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Quisiguiña, C., & Teran, J. (2016). *Business Cost Management*. Obtenido de <http://www.bcmecuador.com/single-post/2016/05/25/Evoluci%C3%B3n-y-Perspectivas-del-sector-Hotelero-Ecuatoriano-1>
- Reglamento general de actividades turísticas. (2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turísticas.pdf>
- Ruiz, C. (2014). Obtenido de <http://stellae.usc.es/red/blog/view/124468/ventajas-y-desventajas-de-la-web-20>