

TESIS DE GRADO

TRANSFORMACION DIGITAL Y ESTRATEGIAS DIGITALES EN PYMES DE
ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA.

JESUS ANDRES BERDUGO GOMEZ

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA



OPCION DE GRADO

DR. RAUL ENRIQUE RODRIGUEZ LUNA

20 DE MAYO DE 2022

TESIS DE GRADO

TRANSFORMACION DIGITAL Y ESTRATEGIAS DIGITALES EN PYMES DE
ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA.



ANÁLISIS SISTEMÁTICO DE LITERATURA (MONOGRAFÍA) PRESENTADO COMO
MODALIDAD DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS.

RAUL ENRIQUE RODRIGUEZ LUNA

ASESOR

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO INTERNACIONAL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SANTA MARTA



2022

Nota de aceptación

Asesor

Evaluator

Evaluator

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a mis queridos padres MARIA GOMEZ Y ARTURO BERDUGO, quienes con esfuerzo y dedicación me han formado e inculcado valores que me han permitido abrir grandes puertas a lo largo de la vida, gracias por haber hecho de mi un hombre íntegro, responsable y disciplinado, capaz de lograr cumplir grandes metas. A mi tía SUSANA GOMEZ, quien me ha brindado su mano las veces que han sido necesarias con el mayor cariño y los mejores deseos, a mi compañera de vida CECILIA GUERRERO, quien, a lo largo de estos cuatro años, ha sido paciente, me ha apoyado, y ha sido un brazo de apoyo en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTOS

Por medio de este presente proyecto doy a conocer mis sinceros agradecimientos primeramente a DIOS, a mi familia y amigos que me brindaron apoyo para superar los retos que tenía cada día y por ultimo y no menos importante, a mi profesor y guía Raúl Enrique Rodríguez Luna, por su enseñanza, por ser un maestro líder y ejemplo para seguir.

Contenido

RESUMEN	7
ABSTRAC	8
0. INTRODUCCION	9
1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR.....	9
2. JUSTIFICACIÓN	10
3. OBJETIVOS	11
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
4. DELIMITACIÓN DEL TEMA	11
4.1 LINEA DE INVESTIGACIÓN	11
4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL	11
4.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	12
5. METODOLOGÍA	12
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	12
5.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	12
5.3 TECNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	13
6. RESULTADOS DE LA REVISIÓN REALIZADA.....	13
6.1 ANTECEDENTES	13
6.2 BASES TEORICAS.....	13
7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	15
8. CONCLUSIONES	40
9. RECOMENDACIONES	41
10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	41

RESUMEN

El objetivo del presente proyecto presentado como tesis de grado, es analizar el grado de madurez, en TD Y ED del sector hotelero, alojamiento y hospedaje en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, departamento del Magdalena, república de Colombia.

Debido a que el turismo es uno de los sectores mas importantes de la ciudad y uno de los mas afectados en los últimos años, nos hemos propuesto investigar las diferentes estrategias que ha implementado el sector para uso de nuevas tecnologías que permiten el mejoramiento de la tareas en las organizaciones, para ello, se realizó en el mes de abril del año 2022, un cuestionario de 20 preguntas, adaptado de la ANDY, donde los empresarios dieron su punto de vista referente a temas de transformación y estrategia digital.

Santa marta es la ciudad epicentro del turismo en el Magdalena, la cual cuenta con espacios geográficos de gran atracción para turistas nacionales e internacionales.

Según una encuesta realizada por SITUR en la ciudad de santa marta, en el año 2018, muestra como resultado que: el 51,6% de los establecimientos dedicados a prestar el servicio de alojamiento y hospedaje, se consideran viviendas turísticas, el 18,1% están registrados como hoteles, el 12% son hostales, seguidos por el 11,9% como aparta-hoteles, el 5% son alojamientos rurales, y el 1,3% restantes, son considerados albergues, campamentos y centros vacacionales.

Palabras claves: transformación, digital, herramientas, tecnología, automatización, aplicaciones, internet, optimización, procesos, recursos, información, servicios, conocimiento, desarrollo, eficacia, innovación, seguridad, análisis.

ABSTRAC

The objective of this project, presented as a degree thesis, is to analyze the degree of maturity, in TD and ED of the hotel sector, accommodation and lodging in the Tourist, Cultural and Historical District of Santa Marta, department of Magdalena, Republic of Colombia.

Because tourism is one of the most important sectors of the city and one of the most affected in recent years, we have proposed to investigate the different strategies that the sector has implemented for the use of new technologies that allow the improvement of tasks. In the organizations, for this, a questionnaire of 20 questions, adapted from ANDY, was carried out in April 2022, where the businessmen gave their point of view regarding issues of transformation and digital strategy.

Santa Marta is the epicenter city of tourism in Magdalena, which has geographical spaces of great attraction for national and international tourists.

According to a survey carried out by SITUR in the city of Santa Marta, in the year 2018, the result shows that: 51.6% of the establishments dedicated to providing accommodation and lodging services are considered tourist homes, 18.1 % are registered as hotels, 12% are hostels, followed by 11.9% as apart-hotels, 5% are rural accommodation, and the remaining 1.3% are considered hostels, Camps and vacation centers.

0. INTRODUCCION

Las nuevas tecnologías emergentes ayudan a que las organizaciones marchen al ritmo de las necesidades de los clientes, esto permite que las organizaciones sean más competitivas y optimicen sus procesos. En el año 2020, con la llegada del COVID-19 se vio afectado en gran manera el sector hotelero, muchos empresarios en el mundo, sufrieron grandes pérdidas económicas y se vieron forzados a implementar nuevas estrategias tecnológicas para poder seguir cumpliendo su misión, mientras tanto, otras empresas no se vieron tan afectadas, sino que aprovecharon la oportunidad para darse a conocer, estas empresas que crecieron más durante estos últimos dos años, eran las empresas que tenían clara una estrategia digital y se habían preparado para una transformación de lo cotidiano a lo digital.

Durante los últimos dos años las empresas que le dieron valor a la tecnología y la pusieron en uso, fueron las empresas que se tomaron de referencia y quienes más facturaron, así como las que más acapararon clientes, no permitieron que su recurso humano se viera afectado, sino que, por el contrario, los empleados pudieron trabajar desde casa, esto nos demuestra que la mentalidad gerencial ha cambiado y las empresas deben estar preparadas para incluir tecnología que permita que factores grandes o pequeños no puedan afectar su esencia.

1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR

TRANSFORMACION DIGITAL Y ESTRATEGIA DIGITAL

2. JUSTIFICACIÓN

La investigación propuesta, sirve como guía para la toma de decisiones en el sector de hospedaje y alojamiento en la ciudad de santa marta, debido a que los resultados de la encuesta nos ayudan a conocer cómo se encuentra el sector actualmente en cuanto al uso de herramientas digitales, los resultados permitirán a través del estudio, obtener un panorama que permita apoyar la innovación y la actualización permanente en uso de tecnologías para ir de la mano con la demanda de la sociedad fortaleciendo los procesos internos de las empresas con la ayuda de recursos tecnológicos que permitan un rápido manejo de la información y una mejora en la toma de decisiones.

Santa marta es una ciudad altamente turística y por ende uno de los sectores mas importantes es el sector hotelero con 465 establecimientos comerciales actualmente registrados en cámara de comercio, para la investigación se optó por usar todas las herramientas digitales al alcance para tener un contacto con cada empresario, ya que gracias al uso de las herramientas digitales , podemos ahorrar tiempo, contactarnos con varias personas al instante y enviar información en tiempo real a miles de personas como lo hice con el envío de la encuesta a través de correo electrónico.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de encuesta para analizar el grado de madures del sector hospedaje y alojamiento en el distrito histórico y cultural de santa marta magdalena.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. diseñar y aplicar encuesta para medir uso estrategias digitales en el sector hospedaje y alojamiento
2. identificar el sector y cantidad de establecimientos a aplicar la encuesta
3. interpretar los datos obtenidos para conocer su importancia
4. identificar las ventajas y desventajas que tiene el sector de hospedaje alojamiento

4. DELIMITACIÓN DEL TEMA

4.1 LINEA DE INVESTIGACIÓN

Mi pymes, innovación, desarrollo y competitividad

4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

Sector hotelero, Santa marta Colombia.

4.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL

Marzo 15-20 año 2022

5. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó de carácter descriptiva donde se recopiló información de un grupo seleccionado de hoteles y hospedajes a través de una encuesta en la ciudad de santa marta

5.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se diseñó una encuesta, a través de la plataforma Teams, se realizaron un total de 20 preguntas referentes a temas de estrategia y transformación digitales, con la ayuda de una base de datos a través de la cámara de comercio de la ciudad de santa marta, se obtuvieron datos de los establecimientos de comercio como, teléfono y correo electrónico, principalmente se les envió a los empresarios la encuesta vía correo electrónico, sin embargo la respuesta no fue positiva y se puso en práctica la llamada. Luego de haber obtenido los resultados, se llevaron a Excel para luego ser importados a un software especializado, en este caso se utilizó la herramienta SPSS, para hacer los análisis de cada pregunta, se tomaron los datos, se llevaron a Excel para graficarlos y se analizó la información recolectada para su posterior publicación.

5.3 TECNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El método usado que se puso en práctica en la realización de este proyecto fue la encuesta.

6. RESULTADOS DE LA REVISIÓN REALIZADA

6.1 ANTECEDENTES

Una encuesta de transformación y estrategia digital realizada por la ANDI a nivel nacional en Colombia enfocada en el sector manufacturero y de servicios, en el año 2019, refleja un crecimiento en el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, incluyendo temas como el talento y la seguridad digital, encontrando como desafío la mentalidad de cambio que deben adoptar tanto los gobiernos como los empresarios referentes al uso de las nuevas tecnologías emergentes. Esta encuesta, sirvió como base, para el desarrollo de la encuesta de transformación y estrategia digital realizada en la ciudad de Santa Marta en el presente año 2022. Tomamos como referencia algunas preguntas de gran importancia, y se las realizamos a empresarios del sector hotelero.

6.2 BASES TEORICAS

La transformación digital (TD) hace referencia al planteamiento de las empresas con respecto al uso de las tecnologías actuales y emergentes, con el fin de transformar el rendimiento de la empresa y obtener ventajas competitivas sostenibles. (Cho et al., 2021). La TD hace referencia al cambio de todas las tecnologías análogas por las digitales. Rachinger et al., (2018).

De la misma manera, la TD, es una suma de acciones tomadas por empresas para adoptar nuevas tecnologías digitales, donde puedan captar sus intereses y poder transformar el desempeño de una empresa, a través de la tecnología (Naimi-Sadigh et al., 2021).

La TD, es un mecanismo que permite lograr los objetivos de las empresas, a través de la transformación de concepto de negocio (Benlian, A. y Wiesböck, F. 2016). La TD es una herramienta competitiva para las pymes, en un mercado cada vez más globalizado. (González-Varona JM., 2020) La TD es el reto de los años que se avecinan, es la causa de la transformación estructural de décadas pasadas y actualmente en las empresas. (Kleinert, 2021)

las herramientas digitales van abarcando aspectos importantes de nuestra vida, así como se convierte en una prioridad para directivos y políticos. (Legner et al., 2017). Las herramientas digitales están ligadas al éxito de los procesos de las empresas, así como los cambios fundamentales en la gestión empresarial. (Heintzel, 2019)

Las organizaciones deben trabajar bajo estrategias claras, una estructura que permita incluir estrategias digitales, tener capacidades digitales así como un gobierno que permita implementar el cambio digital (Naimi-Sadigh et al., 2021). La TD implica una estrategia en el cual se identificar y ejecutar oportunidades que amplíen las ventajas competitivas en la organización. (Porter, M. (2001)

Las nuevas tecnologías apuntan a ser el nuevo modelo de negocio para crear valor en los todos los colaboradores de la empresa (Naimi-Sadigh et al., 2021). La TD es la interconexión de la empresa, captando las etapas y procesos de esta. (Bloching et al., 2015). La TD requiere una transformación en el modelo de negocio y la implementación de diferentes estrategias digitales. (Acevedo, 2018)

La transformación digital es el empleo de nuevas tecnologías para mejorar el desempeño en las organizaciones. (Unruh & Kiron, 2017). La TD se refiere a aprovechar todas las oportunidades digitales, el cual es un proceso de reestructuración. (Rachinger et al., 2018). La estrategia digital es vista como un proceso que implica comprender el negocio, así como visualizar las fortalezas y debilidades, unas para potenciarlas y otras para eliminarlas (Walter Giu 2018)

7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

ENCUESTA DE TRANSFORMACION Y ESTRATEGIA DIGITAL EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA COLOMBIA 2022

Este estudio se centra en conocer es estado del sector hotelero en la ciudad de santa marta con relación a transformación y estrategia digital, el análisis se realiza a un total de 465 establecimientos de comercio registrados en Cámara de comercio de la ciudad como hoteles, hostales y alojamiento, nos pusimos en contacto con las 465 empresas a través de correo electrónico y llamadas directas para que respondieran a una encuesta de 20 preguntas referentes a temas de transformación digital y estrategia digital, el proyecto fue diseñado y llevado a cabo por el estudiante Jesus Berdugo, bajo el acompañamiento y dirección del tutor Raúl Enrique Rodríguez Luna, se busca principalmente conocer cómo se encuentra el sector con referencia a uso e implementación de tecnologías emergentes.

1. De acuerdo con la primera pregunta realizada al sector hotelero, acerca de si cuenta con una estrategia digital, encontramos un significativo porcentaje en cuanto a que las

empresas del sector demuestran que están haciendo uso de la tecnología, como podemos observar en el grafico 1, el 68% de las empresas tienen una estrategia digital mientras el 27 % aun no cuenta con ninguna.

Figura 1

Estrategia digital

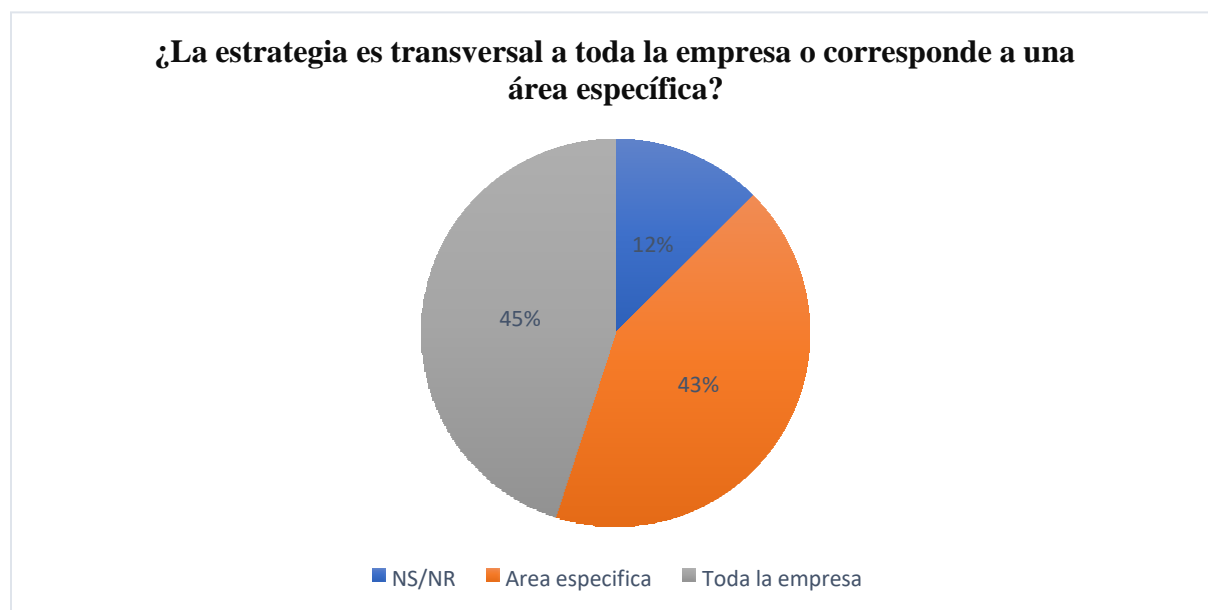


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

2. Les preguntamos a los empresarios del sector, acerca de si su estrategia digital comprende toda la empresa o solo un área específica, encontramos que existe una diferencia muy pequeña entre las empresas que implementan una estrategia para toda la empresa y las que implementan una estrategia específicamente para un área, Los empresarios, con un 45%, indicaron que sí buscan impactar toda la organización y no limitar a un área en particular, mientras que el 42,5 de los empresarios aún se limitan en establecer una estrategia que abarque toda la empresa. Como se puede observar en la siguiente figura.

Figura 2

Objetivo de la estrategia

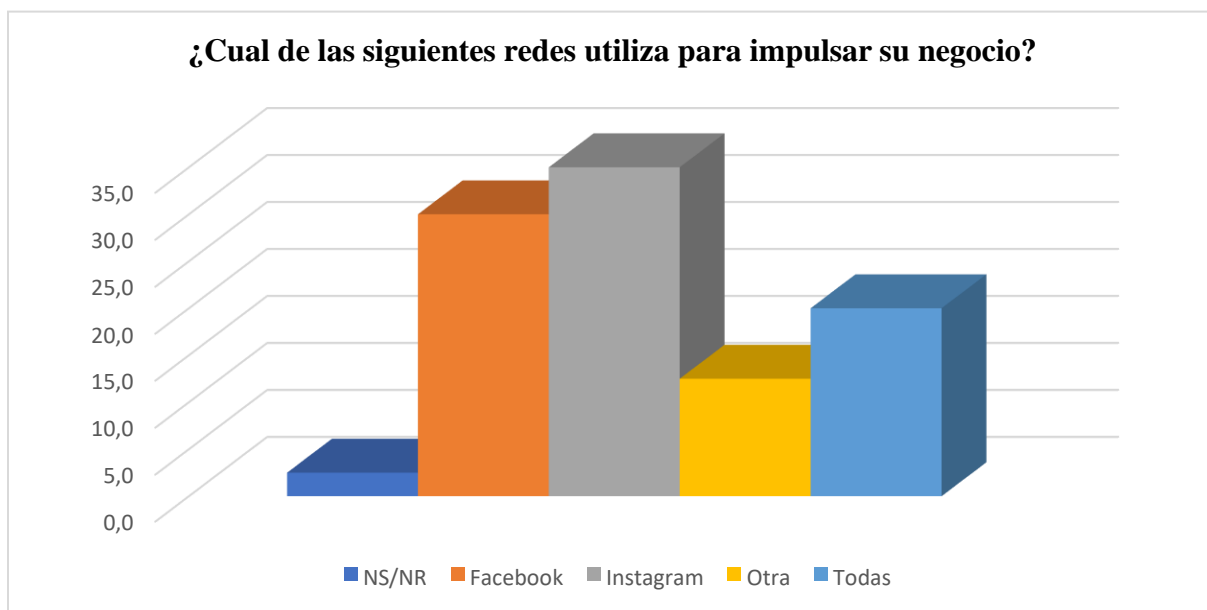


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

3. Seguimos encuestando a los empresarios, y en busca de saber que redes utilizan para impulsarse, darse a conocer, conectar con los clientes así como captar clientes, les preguntamos, cuáles son las redes sociales que más usan, encontramos que el 35% de las empresas usan actualmente redes como instaran, mientras que el 30% usa Facebook, solo el 205 respondieron que usan ambas herramientas, y el 12,5% respondieron que hacen uso de otra diferente, estos porcentajes nos demuestran la gran importancia de que las empresas se vean en la necesidad de hacer crecer su marca a través de las plataformas actuales.

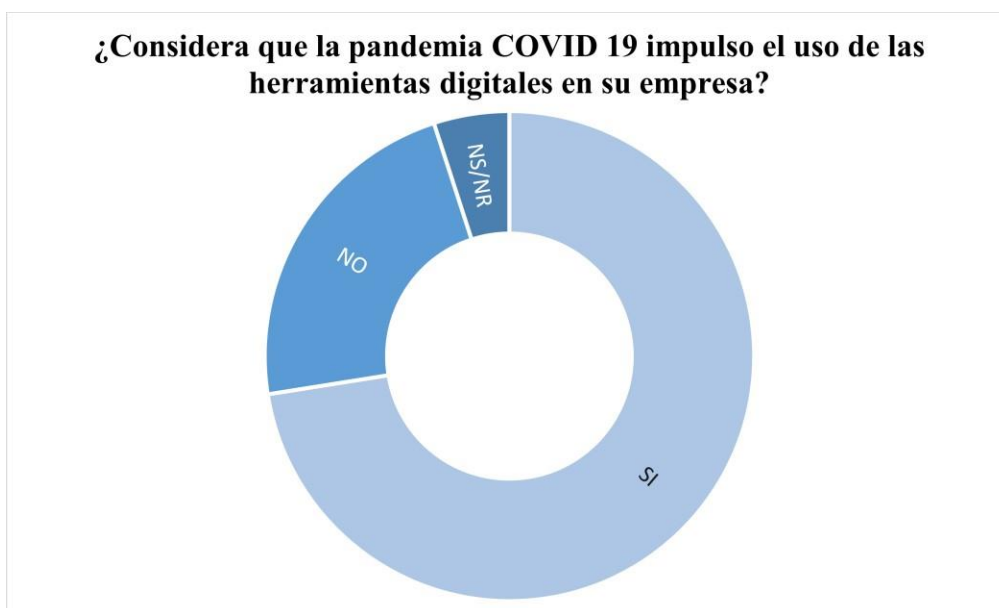
figura 3

redes para impulsar los negocios



Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

- Continuando con la encuesta, quisimos saber que pensaban los empresarios acerca del impulso de las tecnologías que se dio, a raíz de la pandemia COVID 19, donde muchas empresas se vieron en la obligación de cerrar sus puertas, porque no tenían estrategias digitales para vender a sus clientes, el 72,5% de los empresarios considera que a raíz de la pandemia muchas empresas han optado por usar más tecnología como estrategia ante una crisis como la presentada, mientras que el 22,5% se niega a pensar que haya habido un aumento de uso de herramientas digitales.

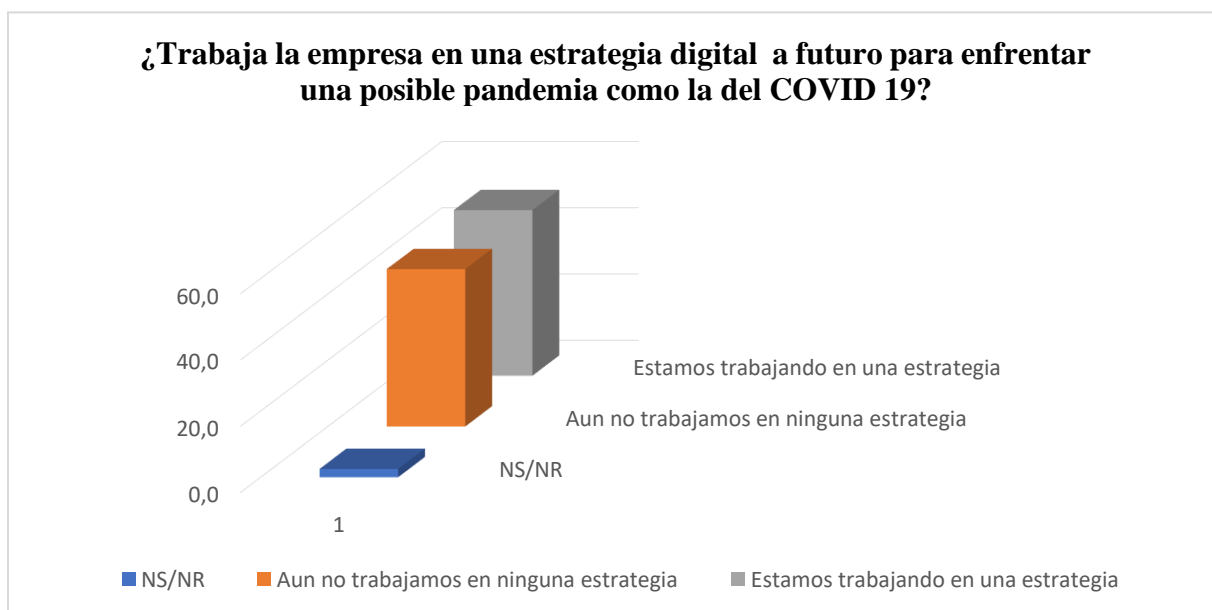
Figura 4**COVID-19 y las empresas**

Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

5. Durante los últimos dos años, el sector hotelero ha sido uno de los más afectados a raíz de la pandemia que tuvieron que enfrentar los diferentes sectores del país, es por ello de nuestro interés de saber si el sector hotelero ha implementado estrategias después de ver la afectación que tuvo el sector, a lo que preguntamos si la empresa tiene una estrategia para afrontar circunstancias parecidas a las presentadas durante los últimos dos años, a lo que los empresarios respondieron, el 50% de las empresas trabajan en una estrategia que permita mitigar los efectos de una posible pandemia a futuro, mientras que el 47,5% aun no ha empezado a implementarla.

figura 5

estrategias a futuro

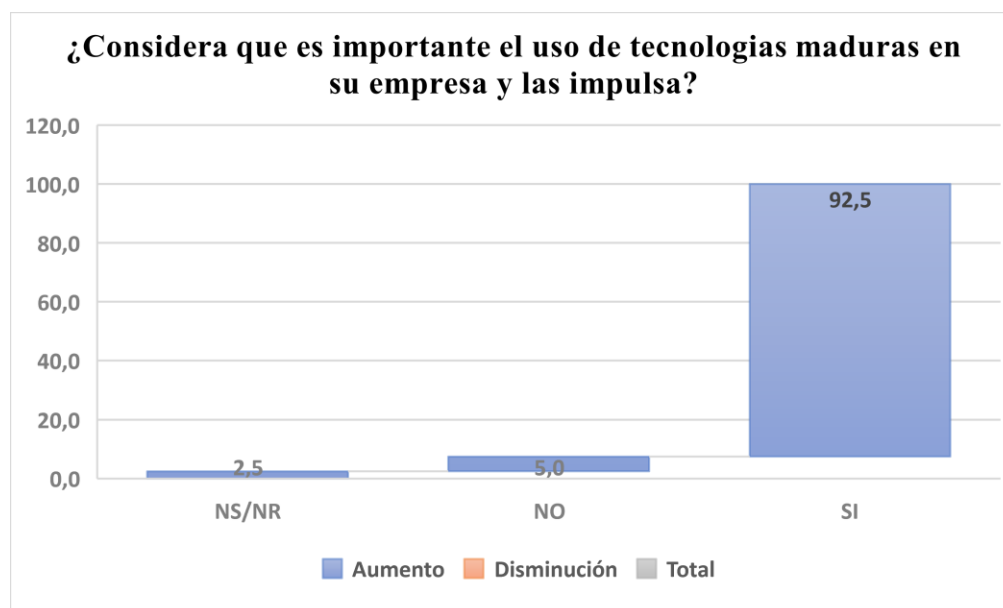


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

6. Dentro de esta categoría de tecnologías maduras, se puede clasificar, software o aplicativos de gestión documenta, le preguntamos a los empresarios si consideran importante la implementación de estas en su empresa, a lo que el 92,5% respondieron que sí, es importante resaltar que para hacer una inversión en tecnología se necesitan recursos y saber específicamente que áreas de la empresa son las que más necesitan una inversión para que la respuesta sea efectiva.

figura 6

tecnologías maduras

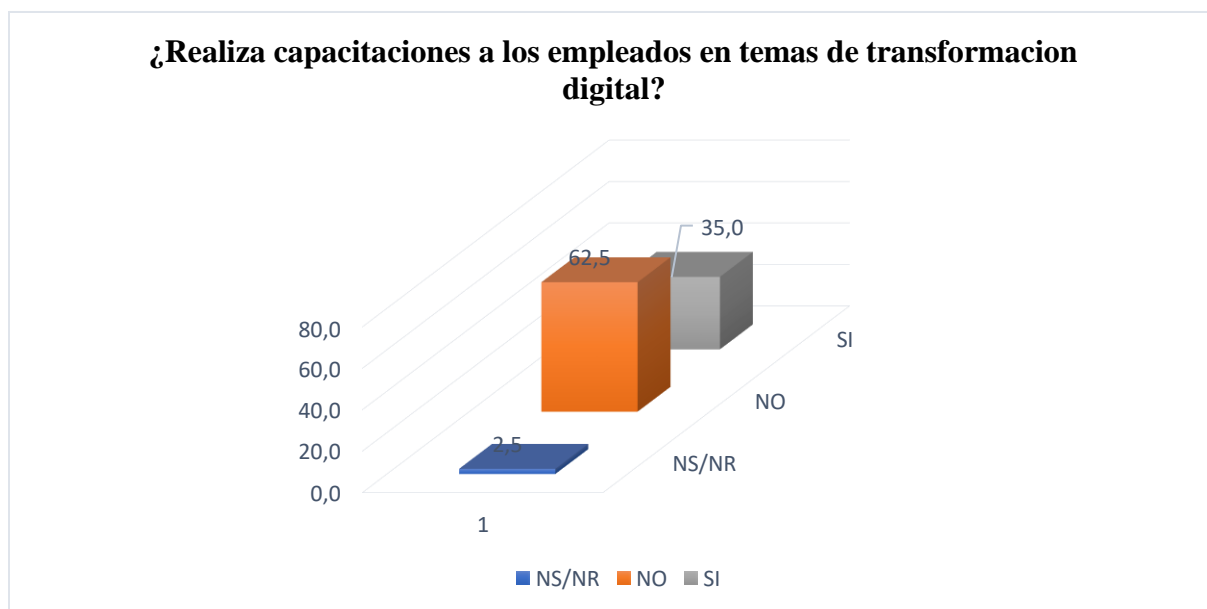


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

7. Las empresas que son capaces de capacitar a sus empleados en temas digitales tienen un impacto en el desarrollo de nuevos conocimientos y capacidades de las personas, así mismo la cultura que desarrollan las organizaciones pueden facilitar u obstruir nuevos aprendizajes a sus empleados, impidiéndoles ser más competentes en su área, es por lo que preguntamos a los empresarios acerca de si realizan capacitación a sus empleados en temas de transformación digital a lo que obtuvimos unos resultados en las encuestas, donde encontramos un porcentaje alto de empresarios que realizan capacitación a sus empleados en temas digitales, con un 62,5% mientras que el 35% de los empresarios aun no realizan capacitación en temas de estrategia digital .

Figura 7

Capacitación en transformación digital

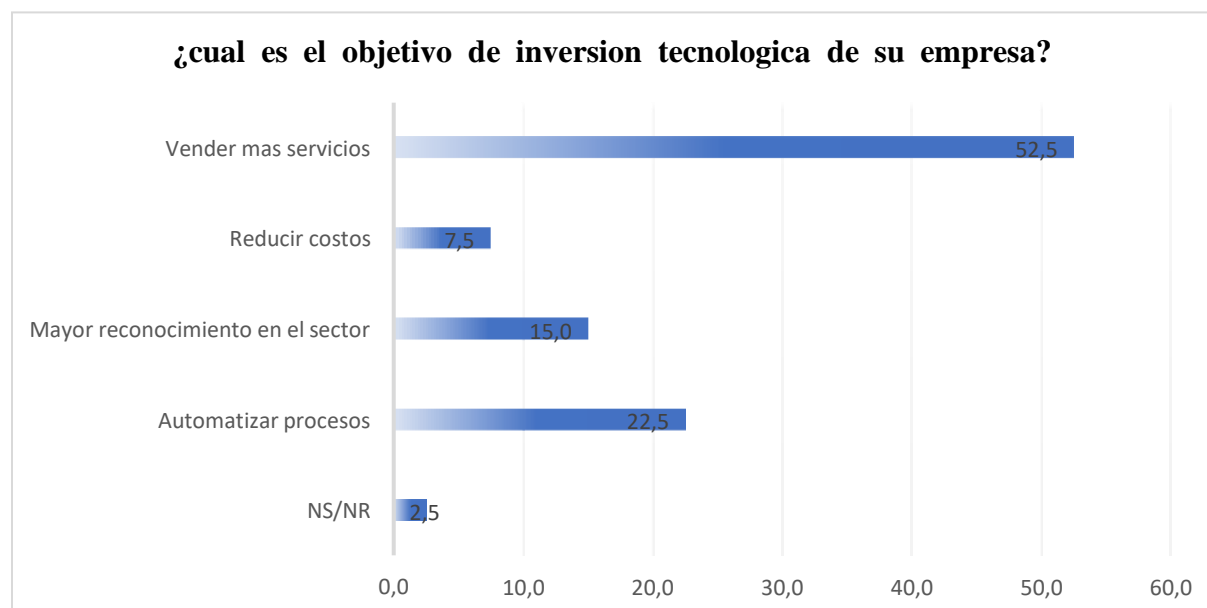


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

8. Las inversiones tecnológicas en las empresas, permiten que los procesos sean mucho más rápidos, eso nos lleva a ahorrar tiempo, dinero y trabajo, ya que la tecnología tiene como fin hacer más eficientes los procesos, los empresarios del sector hotelero, respondieron a la pregunta acerca de cuál sería el objetivo principal de una inversión tecnológica en su empresa y encontramos que, principal objetivo de una inversión en tecnología, sería vender más servicios con un 52,5% mientras que la segunda intención sería automatizar procesos con un 22,5%

figura 8

objetivo de la inversión en tecnología



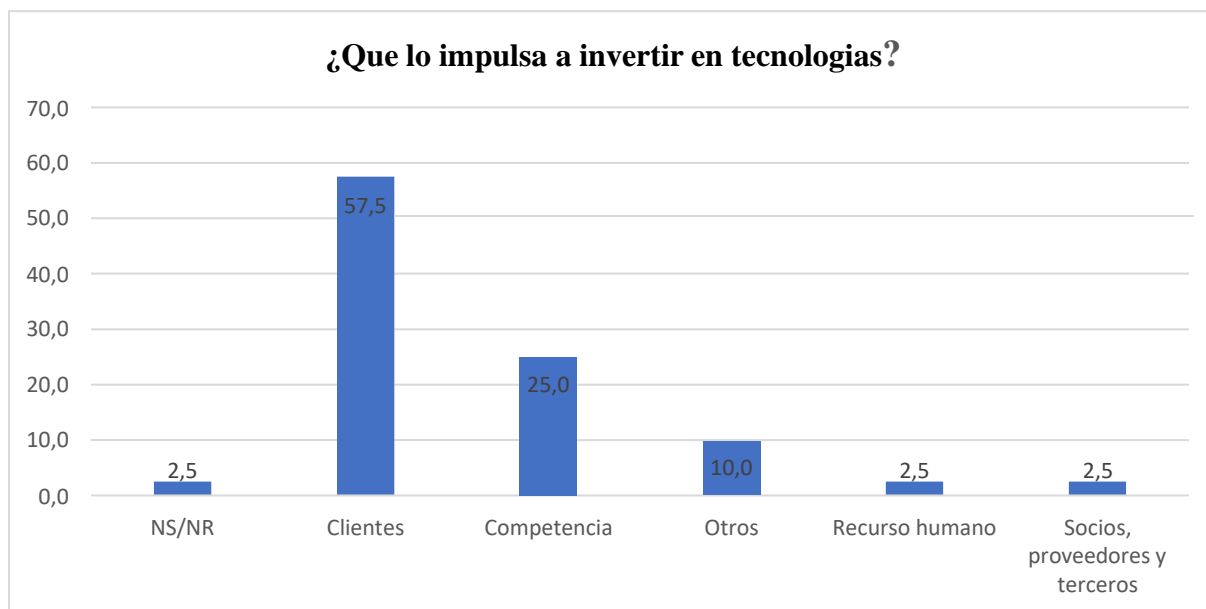
Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

9. Continuando con la anterior pregunta, les preguntamos a los empresarios que lo impulsa a invertir en tecnología, a lo que el 57,7% respondieron que lo que los impulsa a invertir en tecnologías principalmente son los clientes, esta respuesta va de la mano con las respuestas de la anterior pregunta donde los empresarios están enfocados en vender más servicios que en reducir costos, obtener un mayor conocimiento del sector o automatizar procesos, es decir que el 57,7% de los empresarios están enfocados en cómo llegar a los clientes y relacionarse con ellos. Continuando con el análisis de la pregunta, el 25% de los empresarios invertirían en tecnología para estar un paso más adelante que su competencia o no quedar atrás, mientras que el 2,5% harían una inversión pensando en el recurso humano, socios, proveedores y terceros. Estos bajos porcentajes también nos muestran un resultado negativo en cuanto a donde está el foco de los empresarios, están preocupados por vender más, por enfocarse en el cliente externo pero descuidando

el cliente interno que es el empleado o los colaboradores, ya que encontramos que no están pensando en invertir en tecnología para mejorarle el trabajo a los empleados o facilitar los procesos de la empresa.

figura 9

impulso en invertir en tecnología



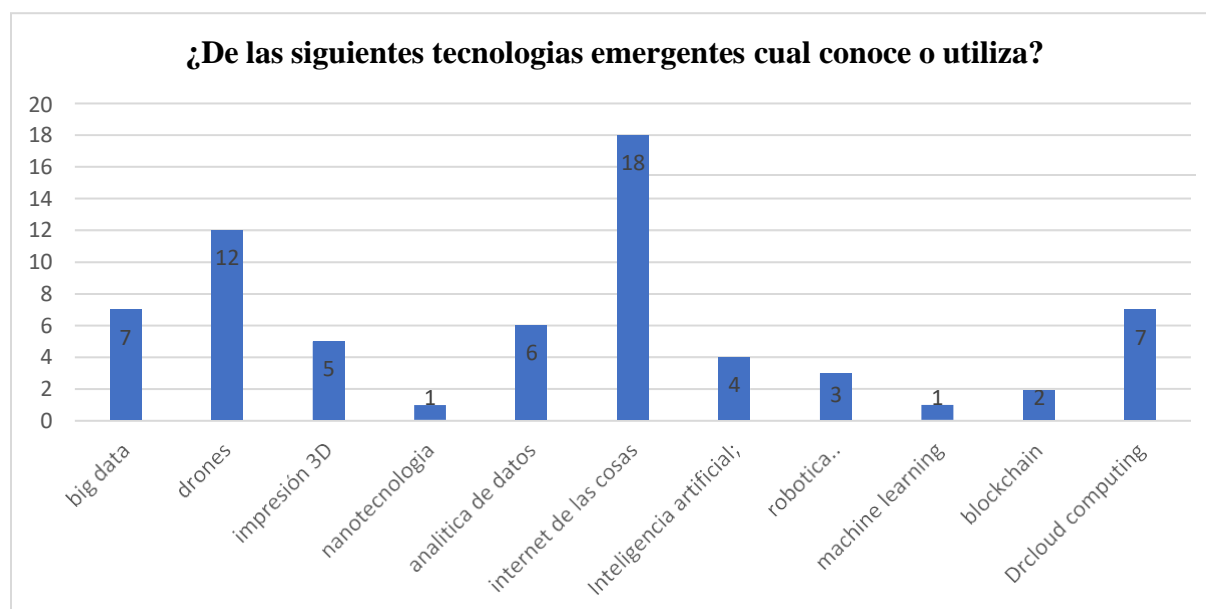
Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

10. Actualmente, cuando nos ponemos en contacto con muchas empresas de diferentes sectores y solicitamos información, quien responde a nuestras preguntas no es una persona sino un computadora programada, a nuestro correo electrónico y teléfonos celulares nos llegan correos y mensajes ofreciéndonos descuentos en ciertas empresas, y los mensajes son enviados de forma automática, o solicitar información confiable a través del internet, son ejemplos de lo que la tecnología ha puesto al alcance del ser humano, basado en esta información tan importante, consultamos con el sector y los empresarios, acerca de cuales tecnologías emergentes conocen o han escuchado, a lo que ellos

respondieron. El 45% de los empresarios hacen uso o han escuchado hablar de internet de las cosas, el 30% ha escuchado o puesto en uso drones, el 17,5% tiene idea acerca de big data y cloud computing, el 15% ha escuchado o puesto en uso analítica de datos.

figura 10

tecnologías emergentes



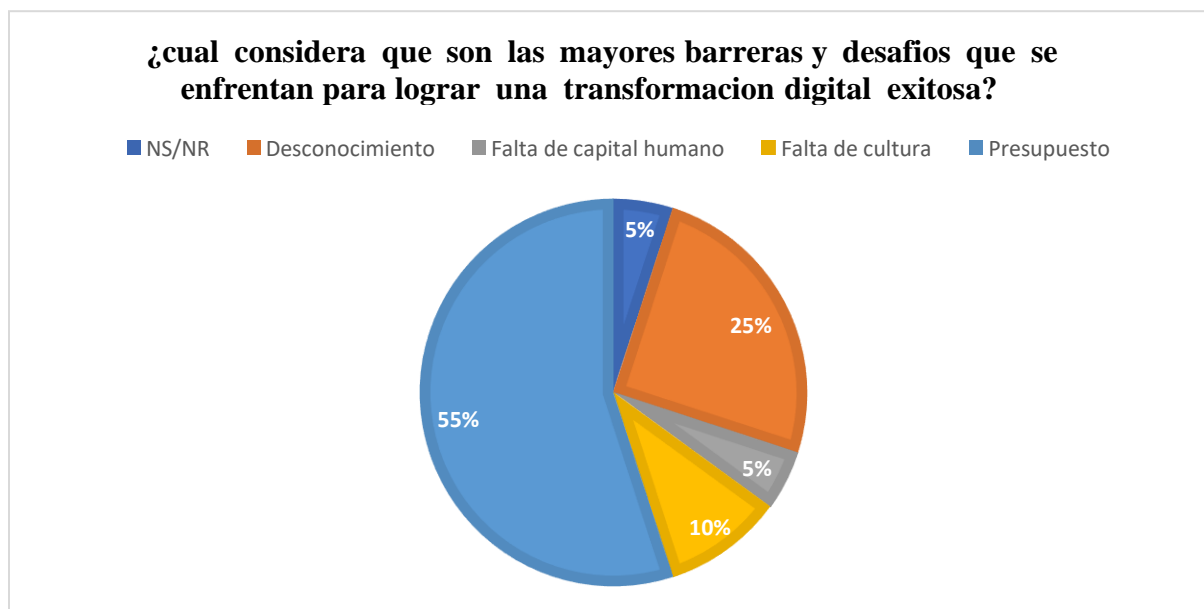
Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

11. Las empresas se enfrentan día a día a diferentes desafíos y barreras que impiden que tengan una transformación digital exitosa, dentro de las variables tenemos, el desconocimiento, falta de capital humano, falta de cultura y poco presupuesto, los empresarios respondieron acerca de cual de las variables mencionadas anteriormente, considera que es una barrera o un impedimento para lograr una transformación digital exitosa, el 55% de los empresarios considera que es el poco presupuesto, mientras que el 25% considera que por desconocimiento, el 10% considera que el por falta de cultura y el 5% falta de capital humano mientras que el otro 5% no sabe ni responde. (para el 5% de

las empresas que eligió capital humano, es evidente que las empresas saben que cuentan con capital humano capacitado para hacer uso de las tecnologías emergentes)

figura 11

barreras para la transformación digital



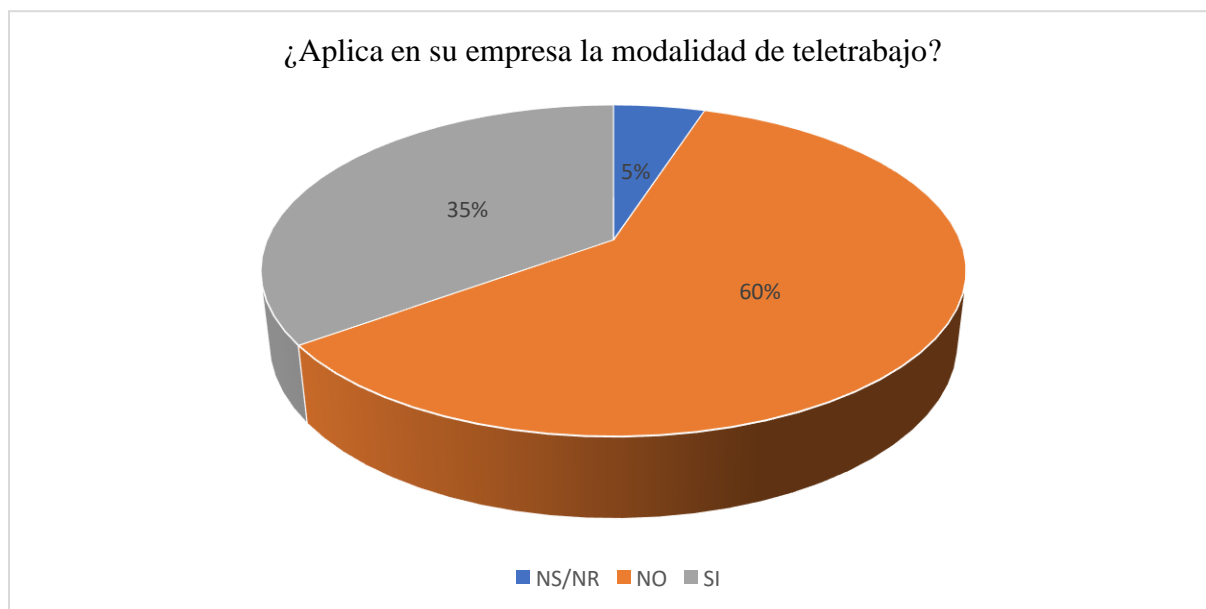
Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

12. La modalidad de teletrabajo ha aumentado en los últimos dos años debido a la pandemia COVID-19 sin embargo es un tema del cual se hablaba con anterioridad, el principal objetivo es de promover opciones laborales a los colaboradores, así como también mejorar el ambiente laboral en el cual se encuentran, esto permite que los resultados sean positivos tanto para el empleado que puede trabajar desde la comodidad de su casa como para el empresario. Por ello preguntamos a los empresarios del sector si están implementando la modalidad de teletrabajo en sus empresas. El 60% de los empresarios

se muestra negativo o escéptico a ponerlo en práctica, mientras que el 35% lo implementa actualmente, y el 5% no sabe ni responde.

Figura 12

Modalidad de teletrabajo



Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

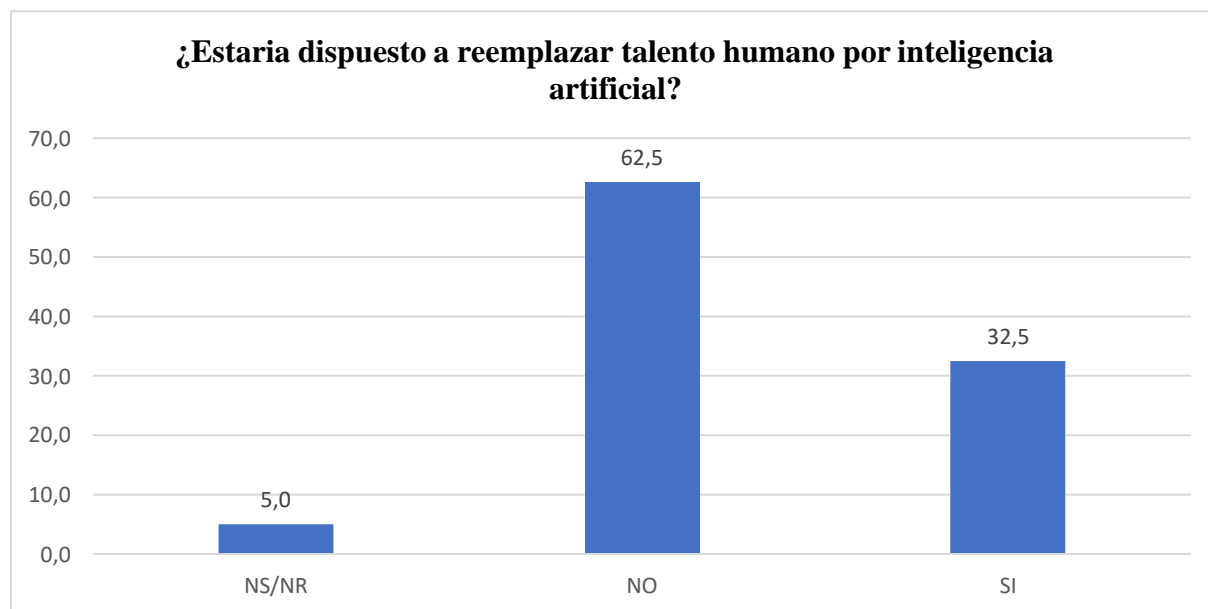
13. La inteligencia artificial, es un tema que ha venido en aumento y que amenaza actualmente con dejar sin empleo a miles de personas alrededor del mundo, es por eso que preguntamos a los empresarios si estaría dispuesto a cambiar talento humano por inteligencia artificial, el 62,5% no estaría dispuesto, mientras el 32,5% si estaría dispuesto a realizar el cambio.

(esto demuestra de que mas del 50% del sector este escéptico a hacer cambio de personas por tecnología, pero al mismo tiempo hay un porcentaje importante de empresarios que

piensan que es el futuro y que estarían dispuestos a hacer el cambio, ya sea (por mejorar los procesos, agilizarlos o pensando en los costos)

figura 13

talento humano vs artificial

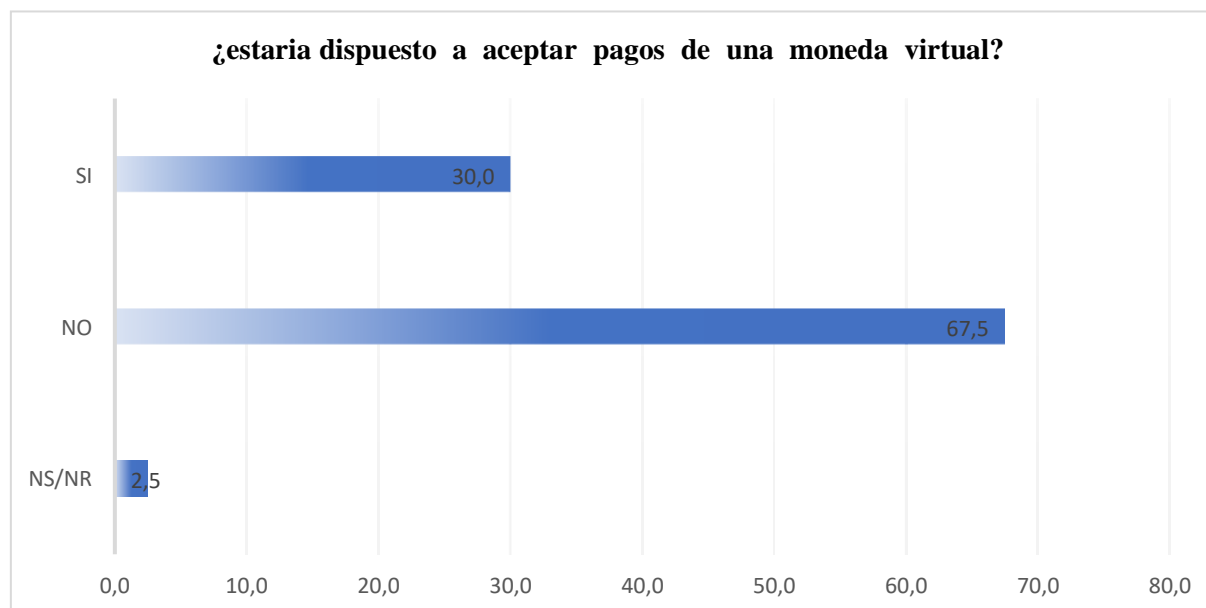


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

14. Ante la presencia de las criptodivisas en el mundo y su alto valor comercial, les preguntamos a los empresarios, que piensan si surgiera una nueva moneda virtual, y si estarían dispuestos a aceptar pagos a través de ella. El 67,7% se muestra ampliamente negativo, mientras que el 30% considera la posibilidad.

figura 14

monedas virtuales

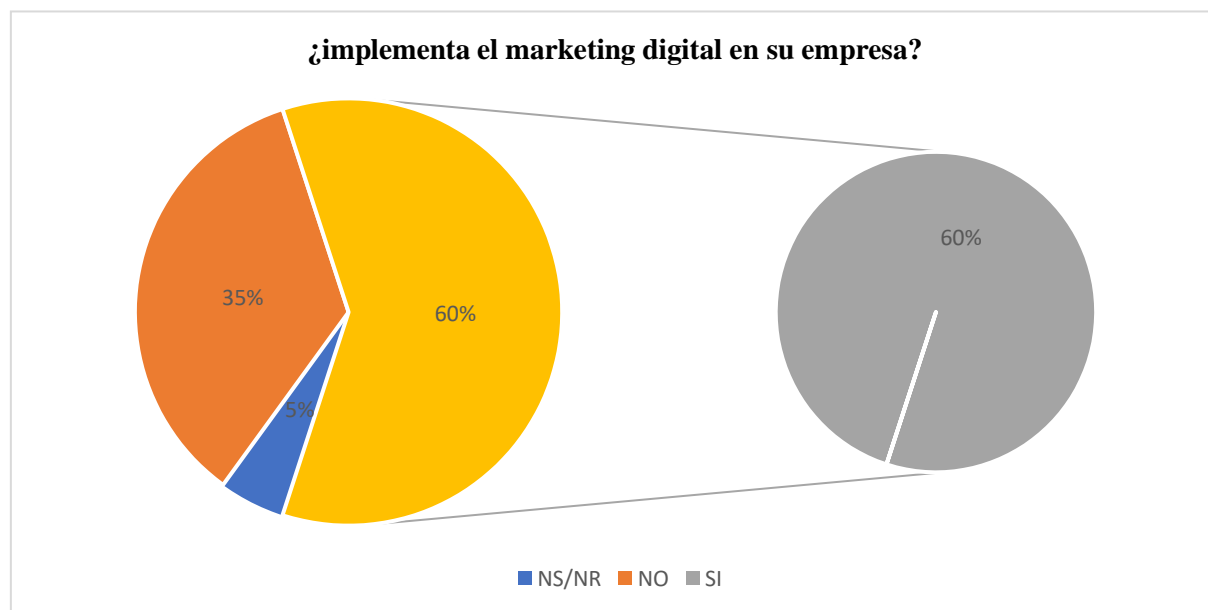


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

15. La gran mayoría de empresas en el mundo, aplican estrategias de comercialización, a través de medios digitales, para promocionar productos y servicios, así como la marca de su empresa y lograr una posición positiva en la mente de las personas que actualmente hacen uso de redes digitales e internet, por esta razón preguntamos si las empresas del sector hotelero están poniendo en uso el marketing digital. De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 60% de los empresarios hacen uso de marketing digital, mientras que el 35% aun no hace uso.

figura 15

marketing digital

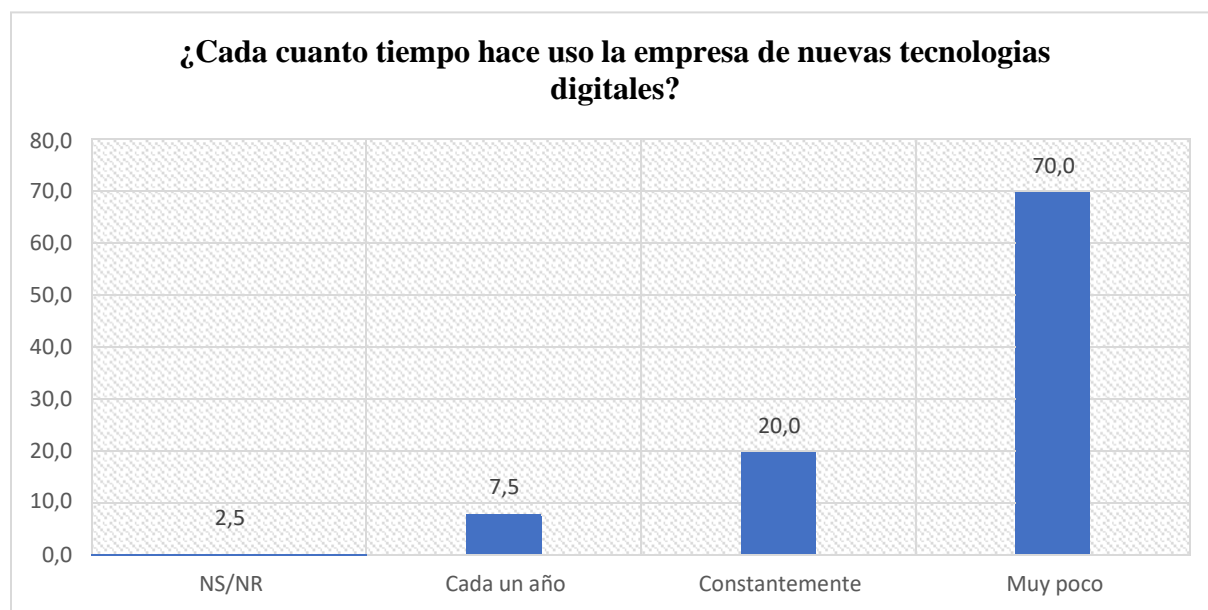


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

16. Hacer uso de las tecnologías emergentes, es un recurso de alto valor para las pymes que se encuentran en el proceso de desarrollo, se pueden a través de estas tecnologías, optimizar procesos de organización, cobranza, capacitación y ventas, así como tener una mayor visibilidad en el mercado, las empresas que no hacen uso de ellas, no solo sacrifican su productividad, sino que también ponen en juego su permanencia en el sector, es por ello que las empresas, sin importar su sector, deben de ir de la mano, conectadas con los avances tecnológicos. Los empresarios respondieron (grafica 16) se obtuvo que el 60% de los empresarios hace muy poco uso de las tecnologías emergentes, el 20% constantemente y el 7,5% cada año. (existe una deficiencia en el sector)

figura 16

nuevas tecnologías digitales

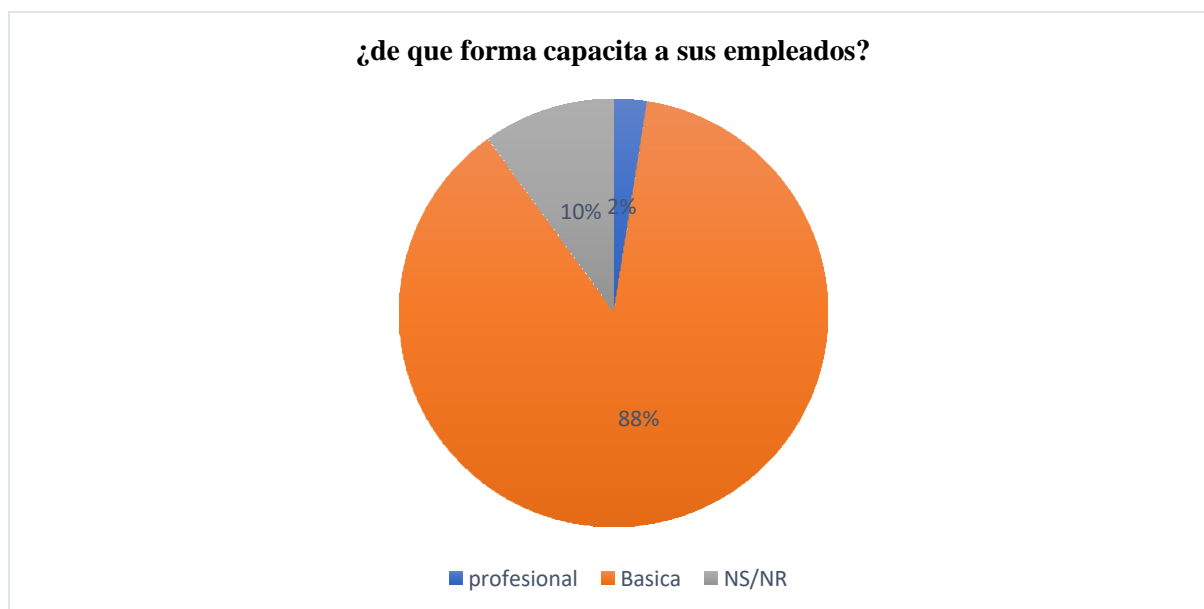


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

17. La capacitación de los empleados en el área de la tecnología, permite a las empresas aprovechar áreas de oportunidad donde se puedan ahorrar gastos e incorporar nuevas prácticas organizacionales, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el 88% de los empresarios brinda a sus empleados una capacitación básica en áreas de tecnología, el 2% de manera profesional y el 10% no sabe ni responde.

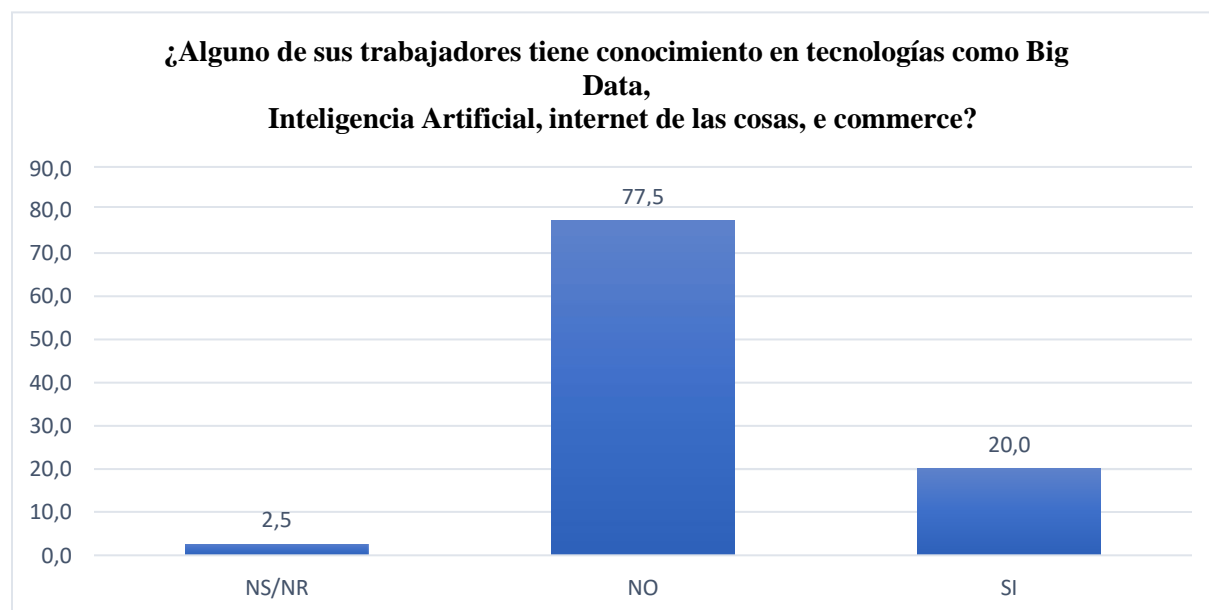
figura 17

métodos de capacitación a los empleados



Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

18. Se le pregunto a los empresarios si alguno de sus empleados cuenta con conocimiento acerca de ciertas tecnologías (grafica 18) el 77,5% de los empresarios no cuenta con personal capacitado en ningún tema mencionado, solo el 20% considera que su personal cuanta con conocimientos en el área.

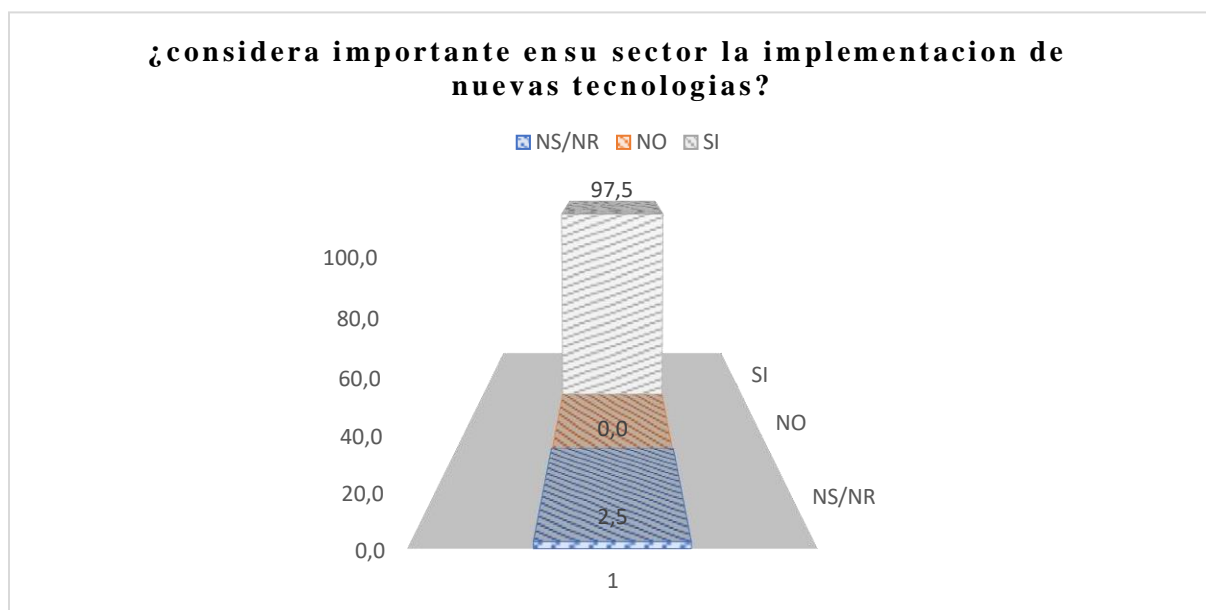
figura 18**talento humano y tecnologías emergentes**

Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

19. Finalizando con la encuesta le preguntamos a los empresarios si consideraban importante para su sector el uso de herramientas digitales emergentes, los resultados arrojaron que el 97,5% consideran que si es importante y el 2,5% no sabe no responde

figura 19

el sector y las nuevas tecnologías

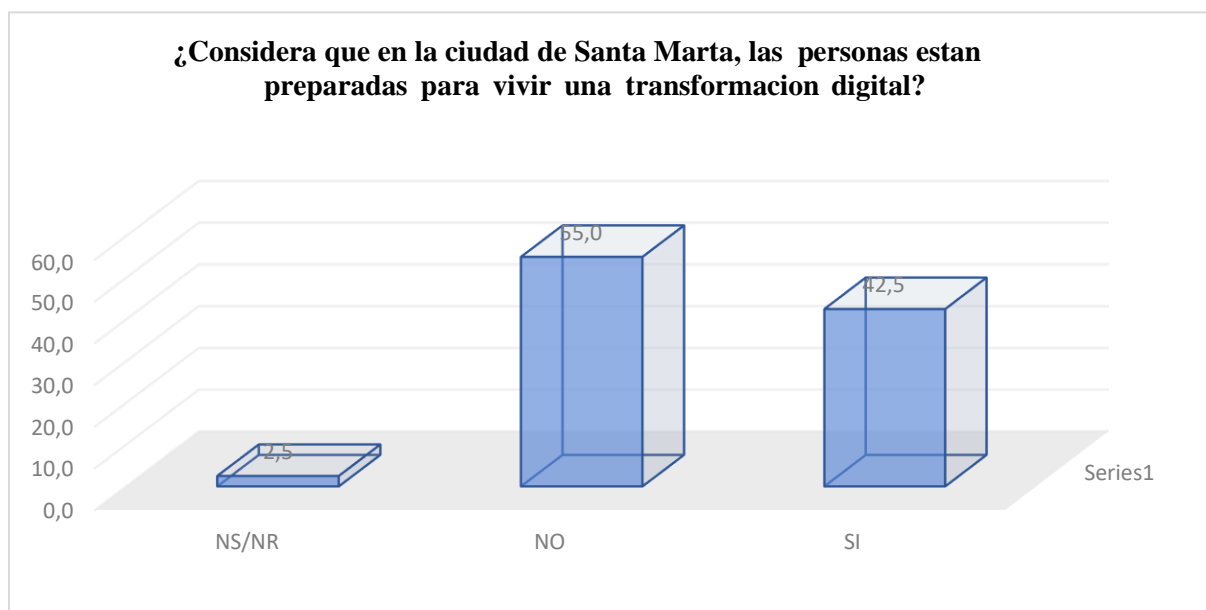


Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

20. Para finalizar con la última pregunta de la encuesta, le preguntamos a los empresarios si considera que Santa Marta está preparada para una transformación digital, el 55% de los empresarios considera el panorama positivo mientras el 42,5% considera que el panorama es negativo.

figura 20

santa marta y la transformación digital



Fuente: Jesus Berdugo - encuesta de TD Y ED 2022

21. LISTA DE ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO PARTICIPANTES.

1	Alojamiento Primavera verano Hogar
2	Alojamiento Teiruna Don Diego
3	Aluna Hostel B&B

4	APARTA HOTEL SORRENTO BEACH RODADERO
5	Casa Hotel Kaloha
6	Casa Origen Los Naranjos
7	Ecoturismo Los Mangos
8	El mirador Buritaca Camping
9	Finca El Uvito
10	Finca San Rafael Minca
11	Gio Hotel Tama Santa Marta
12	Hacienda Dos Amigos

13	Hospedaje la finca del Tayrona
14	Hostal Eco Point Minca
15	Hostal La Macarena Tayrona
16	Hostal Los Wichos
17	Hostal Olas De Neguanje
18	Hotel Aquarela del Mar
19	Hotel Arenamar
20	Hotel Bello Caribe
21	Hotel Boutique Casa Carolina

22	Hotel Boutique El Cactus
23	Hotel El Peruano
24	Hotel familiar casa romana
25	Hotel Marovi
26	Hotel Olas Del Mar
27	Hotel Perla del Parque
28	Hotel Republicano Colonial
29	Hotel San Marcos Buenavista
30	Hotel San Marcos Terminal

31	Hotel Taganga Dive Inn
32	Hotel Taironaka
33	ON THE ROCK MINCA
34	Park Hotel
35	Parque temático cultural la Negra
36	Playa Pikua Ecolodge
37	Reserva Natural Sierra Adentro
38	Sierra Limón Cabañas

39	Victoria House Hotel Boutique
----	-------------------------------------

8. CONCLUSIONES

Después de haber hecho la respectiva revisión y análisis de cada uno de los resultados de la encuesta de transformación digital y estrategia digital al sector hotelero en la ciudad de Santa Marta, podemos concluir que el sector hotelero, necesita orientación acerca de cómo lograr una estrategia y transformación digital de forma exitosa, ya que muchos empresarios demuestran desconocer de temas que actualmente son importantes para que el sector mejore aspectos como: facilidad en gestión de reservas, disponibilidad inmediata de información, aumento de la producción de los servicios, optimización de tareas para los empleados, reducción de errores, agilización de procesos, planificación de ventas, recolección de datos, entre otros.

Los empresarios del sector tienen el conocimiento acerca de la importancia del uso de las tecnologías emergentes y sus ventajas, Sin embargo, muchos no tienen la intención de invertir recursos en software o aplicaciones que les permita mejorar los procesos, tal vez se debe a que muchos apenas están empezando a tener un cambio de mentalidad y están siendo apenas conscientes que la tecnología es actualmente la herramienta más poderosa que hay en el mundo. En definitiva, la tecnología, tiene un papel muy importante en la sociedad, el papel de conectar, comunicar, permitir que los procesos sean más rápidos, que la información sea brindada de forma precisa y clara, permite tomar decisiones más acertadas, conocer nuestros clientes y llegar a cada uno de ellos con la mejor estrategia.

Para concluir, considero que, en la ciudad de santa marta, es necesario un cambio de mentalidad de los empresarios y empiecen a hacer posible que muchos procesos sean automatizados, actualmente el sector no se encuentra preparado para enfrentar una nueva crisis ya que la gran mayoría de empresarios demuestra que no tiene clara una estrategia digital definida.

9. RECOMENDACIONES

Para lograr con éxito una transformación digital en las empresas es necesario estar informados de las nuevas tendencias en tecnología, y tener todos los conocimientos posibles acerca del uso de cada una de ellas. Esto significa ir un paso más adelante de la competencia.

Estar abiertos a las tecnologías emergentes teniendo la certeza de que el uso de programas y software nos mejoran la vida haciendo que las tareas sean más fáciles de realizar.

Capacitar al personal en temas digitales de forma que los empleados sean competentes.

Reflexionar acerca de cada uno de los temas presentes, en caso de desconocimiento indagar más y mirar que es lo que cada empresario necesita.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Andi (2019). Encuesta de transformación y estrategia digital. Recuperado de <file:///C:/Users/JESUS%20BERDUGO/Downloads/ANALISIS%20-%20ENCUESTA%20DE%20TRANSFORMACION%20DIGITAL%202019%20-%20ANDI.pdf>

Powerdata (2022). Transformación digital. Qué es y su importancia y relación con los datos. Recuperado de <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>

Cesa (2018). Mitad de las empresas colombianas, con tareas pendientes para madurar en TD. Recuperado de <https://www.cesa.edu.co/news/transformacion-digital-en-colombia-indice-de-madurez-digital-de-las-empresas/>