



Universidad César Vallejo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Herramientas digitales en la innovación en el sector hotelero, 2024.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Bachiller en Administración

AUTORES:

Cobos Villegas, Carlos (orcid.org/0000-0002-9679-2684)

Saavedra Vildoso, Joet Anderson (orcid.org/0000-0002-0363-1057)

ASESOR:

Dr. Alvarez Rios, Lin (orcid.org/0000-0002-0667-1900)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

MOYOBAMBA – PERÚ

2024

Declaratoria de autenticidad del asesor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALVAREZ RIOS LIN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - MOYOBAMBA, asesor de Trabajo de Investigación titulado: "Herramientas digitales en la innovación en el sector hotelero, 2024.", cuyos autores son COBOS VILLEGAS CARLOS, SAAVEDRA VILDOSO JOET ANDERSON, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

MOYOBAMBA, 27 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ALVAREZ RIOS LIN DNI: 41762753 ORCID: 0000-0002-0667-1900	Firmado electrónicamente por: LIALVAREZR el 27- 06-2024 23:53:39

Código documento Trilce: TRI - 0778375

Declaratoria de originalidad de los autores



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, COBOS VILLEGAS CARLOS, SAAVEDRA VILDOSO JOET ANDERSON estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - MOYOBAMBA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan el Trabajo de Investigación titulado: "Herramientas digitales en la innovación en el sector hotelero, 2024.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que el Trabajo de Investigación:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado, ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
CARLOS COBOS VILLEGAS DNI: 73390759 ORCID: 0000-0002-9679-2684	Firmado electrónicamente por: CCCOBOSC el 27-06- 2024 00:09:56
JOET ANDERSON SAAVEDRA VILDOSO DNI: 72709572 ORCID: 0000-0002-0363-1057	Firmado electrónicamente por: JSAAVEDRAVI el 27- 06-2024 12:36:33

Código documento Trilce: TRI - 0778374



Índice de contenidos

Carátula.....	1
Declaratoria de autenticidad del asesor	2
Declaratoria de originalidad del/os autor/es	3
Índice de contenidos	4
Resumen.....	5
Abstract	6
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	4
III. RESULTADOS.....	5
IV. CONCLUSIONES	11
REFERENCIAS.....	13
ANEXOS	17

Resumen

El trabajo de investigación centrado en la revisión de literatura sobre herramientas digitales en la innovación en el sector hotelero, tuvo un enfoque narrativo. Para la cual se ha empleado buscadores especializados que facilitaron el análisis de artículos de alto impacto. Se ha tomado en cuenta la revisión de 26 estudios vertidos todo el trabajo. Respecto a ello, se destaca que, en los últimos años, el sector hotelero ha experimentado una transformación significativa impulsada por la revolución digital. La adopción de herramientas tecnológicas se ha convertido en un motor crucial de cambio, redefiniendo no solo la experiencia del cliente, sino también la eficiencia operativa y las estrategias de marketing dentro de la industria. Este proceso de innovación ha permitido a los establecimientos hoteleros adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores, ofreciendo servicios más personalizados y mejorando sustancialmente su competitividad. Entonces dado que el sector hotelero es parte integral de la infraestructura turística, la revisión de literatura contribuye al ODS 9 que promueve la industria, la innovación y la infraestructura tecnológica.

Palabras clave: Herramientas digitales, Innovación, hotel, marketing, cambio.

Abstract

The research work focused on the review of literature on digital tools in innovation in the hotel sector, had a narrative approach. For which specialized search engines have been used to facilitate the analysis of high-impact articles. The review of 26 study discharges throughout the work has been taken into account. In this regard, it is highlighted that, in recent years, the hotel sector has experienced a significant transformation driven by the digital revolution. The adoption of technological tools has become a crucial driver of change, redefining not only the customer experience, but also operational efficiency and marketing strategies within the industry. This innovation process has allowed hotel establishments to adapt to changing consumer demands, offering more personalized services and substantially improving their competitiveness. So given that the hotel sector is an integral part of tourism infrastructure, the literature review contributes to SDG 9 that promotes industry, innovation and technological infrastructure.

Keywords: Digital tools, Innovation, hospitality, marketing, change.

I. INTRODUCCIÓN

La industria hotelera juega un papel crucial en la economía mundial, generando empleo, impulsando el crecimiento de infraestructuras relacionadas y fomentando la innovación en numerosos sectores, así como en el turismo. Sin embargo, esta industria a menudo enfrenta desafíos en términos de eficiencia operativa y experiencia del cliente, problemas que se han intensificado con el impacto de la pandemia global (García et al., 2022). En este contexto, la adopción de herramientas digitales emerge como una solución significativa, no solo para optimizar la gestión sino también para redefinir la experiencia usuaria, adaptándose a las nuevas expectativas de los consumidores (Sharma & Gupta, 2021). Esta innovación digital en el sector hotelero es, por tanto, clave para revitalizar y fortalecer su desarrollo sostenible.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible 9, que promueve la industria, la innovación y la infraestructura, resalta la importancia de avanzar hacia sistemas industriales inclusivos y sostenibles. Dado que el sector hotelero es parte integral de la infraestructura turística, la integración de tecnologías digitales no solo puede incrementar la sostenibilidad de las operaciones a través de la optimización de recursos, sino también propiciar la innovación al desarrollar nuevos servicios y mejorar los existentes. Además, fortalece la capacidad de la industria para adaptarse a situaciones adversas, como mostró la necesidad de adaptación durante la crisis sanitaria mundial.

Teniendo en cuenta lo anterior, se formula la siguiente pregunta clave: ¿Cómo se caracteriza el estado actual de la literatura sobre la innovación en el sector hotelero para la adopción de herramientas digitales?

Esta revisión explora diversos estudios relevantes que han forjado el camino hacia el entendimiento actual del tema, destacando tanto consensos como controversias. El objetivo es delinear cómo estos estudios han contribuido a la formación de la base teórica y práctica que guiará la presente investigación.

Por tanto, Arteaga et al. (2021) a través de su estudio concluye que, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se clasifican en cuatro categorías, ordenadas por su complejidad creciente y los beneficios que aportan al sector hotelero, siendo este último un factor esencial para el desarrollo del modelo propuesto. Este modelo pretende guiar a los hoteles en su proceso de digitalización, elevándolos desde un uso básico de las TIC hasta una implementación intensiva y estratégica. Se espera que, siguiendo esta hoja de ruta, los establecimientos hoteleros avancen en su transformación digital y capitalicen las ventajas competitivas de las tecnologías recomendadas. Asimismo, el estudio de Gallardo (2021) destaca que la implementación del Internet de las Cosas (IoT) en el ámbito hotelero ofrece considerables ventajas, al permitir a las empresas optimizar sus recursos, reducir costos y aumentar la rentabilidad. Además, esta tecnología facilita la recolección de datos valiosos sobre huéspedes existentes y potenciales, lo cual permite adaptar los servicios para maximizar la satisfacción del cliente.

En la misma línea, Martínez-Jaramillo y Moreno-Duarte (2022) destacan la necesidad de que los hoteles en Villavicencio amplíen y optimicen su infraestructura tecnológica para maximizar el potencial turístico de la región. Considerando el papel crucial del sector hotelero en el desarrollo turístico, esta mejora es esencial para fortalecer su posición en el mercado y contribuir efectivamente a la dinámica del sector. De la misma forma, Muñoz et al. (2023) destacan que, aunque la implementación de herramientas digitales presenta similitudes notables entre ambos países, los sitios web de hoteles en Perú superan a los de Chile en aproximadamente un 10%. Sin embargo, los hoteles chilenos presentan una ligera ventaja en cuanto al número de usuarios de redes sociales en comparación con los peruanos. Por otro lado, los sitios de hoteles en Perú muestran una leve ventaja en todas las demás dimensiones evaluadas.

El sector hotelero ha experimentado una transformación significativa con la incorporación de las herramientas digitales en sus operaciones diarias. Estas herramientas son definidas como aplicaciones, plataformas o tecnologías que se utilizan para mejorar la eficiencia operativa, la gestión de la relación con los clientes y la estrategia de marketing, todo ello enfocado en optimizar la

experiencia del cliente y potenciar la competitividad del hotel en el mercado (Flores et al., 2020).

Además, las herramientas digitales están cambiando la forma en que operan muchas industrias, y el sector hotelero no es una excepción. Algunas de estas herramientas pueden ayudar a aumentar la eficiencia de las operaciones, mejorar la interacción con los clientes y hasta transformar completamente la experiencia del huésped (Sharma & Gupta, 2021).

Por otro lado, las herramientas digitales son importantes, porque ayudan a automatizar varias funciones en la gestión hotelera, como reservas de habitaciones, facturación, gestión del personal, inventario, limpieza, mantenimiento, etc. (Trujillo y Parra, 2021). Esto reduce el tiempo y el esfuerzo necesario para las actividades cotidianas y mejora la eficiencia global. También, mejora la experiencia del cliente, es decir, las tecnologías digitales permiten una comunicación y servicio al cliente mucho más efectivos (Monge y Meneses, 2023). Estas herramientas ayudan a los hoteles a personalizar su servicio para las necesidades y preferencias individuales de los huéspedes.

Por lo tanto, esta investigación pretende explorar cómo la implementación de herramientas digitales específicas puede contribuir al fortalecimiento y modernización del sector hotelero, haciendo un aporte concreto al ODS 9. A través de un análisis de las últimas innovaciones y su aplicación práctica, se busca no solo evidenciar la transformación del sector, sino también proporcionar estrategias sostenibles que puedan ser adaptadas globalmente. Esta exploración permitirá a los stakeholders del sector hotelero visualizar implementaciones tecnológicas que resulten en beneficios tangibles tanto a nivel operacional como en la mejora de la calidad de servicio ofrecido a los clientes.

Por lo tanto, se estableció como objetivo principal: Conceptualizar la variable, describir los componentes de la misma y sus características

II. METODOLOGÍA

En el estudio se adoptó un enfoque narrativo para la revisión de la literatura, enfocándose en la evaluación de cómo la innovación en el ámbito hotelero promueve la integración de herramientas digitales como catalizadores del cambio.

Para seleccionar las fuentes y bases de datos adecuadas, se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva en plataformas de renombre como Scielo, Scopus y Wos. Se determinaron términos clave como "herramientas digitales", "aplicaciones digitales", "gestión digital de hoteles" y "digitalización en el sector hotelero", enfocándose en investigaciones publicadas en los últimos 5 años.

Se analizaron 26 estudios, incluyendo 20 artículos de revistas indexadas, 1 libro y 5 tesis, adicionando 7 estudios en idiomas extranjeros. De estos, se escrutaron detalladamente 22 para el análisis de datos, mientras que las discrepancias fueron consideradas en la introducción del informe.

Se cumplieron rigurosamente los estándares éticos, adheriendo a las directrices de la APA, 7ª edición. La recolección de datos se realizó bajo estricta privacidad, utilizando filtros avanzados de búsqueda y herramientas de detección de plagio para mantener la integridad académica del estudio.

III. RESULTADOS

En los últimos años, la industria hotelera ha experimentado una transformación significativa impulsada por el auge y la adopción de herramientas digitales. Este cambio no solo modificó las operaciones diarias y los servicios ofertados por los hoteles, sino que también redefinió la forma en que los clientes interactuaban con estos establecimientos (Muñoz et al., 2023). La presente revisión de la literatura se enfocó en analizar cómo la innovación digital actuó como un motor de cambio en el sector hotelero, examinando diversos estudios y casos prácticos para comprender las implicaciones y beneficios de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, las aplicaciones móviles, y las plataformas de reserva en línea. Así mismo, se exploró cómo estas innovaciones impactaron en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado global.

La **evolución de la digitalización en la industria hotelera** ha sido una verdadera revolución en la forma de operar, interactuar y ofrecer servicios a los clientes. Desde las primeras implantaciones de sistemas de gestión hasta las más avanzadas aplicaciones de inteligencia artificial, el sector hotelero ha adoptado la digitalización para mejorar la experiencia del cliente, optimizar operaciones y aumentar su competitividad (Nam *et al.*, 2021).

La historia de la digitalización en la industria hotelera se remonta a las últimas décadas del siglo XX, cuando los sistemas de gestión de propiedades (PMS, por sus siglas en inglés) comenzaron a ser utilizados. Estos sistemas permitían una gestión más eficiente de las reservaciones, disponibilidad de habitaciones, y servicios al huésped. Con el tiempo, la integración de la tecnología en los hoteles se extendió a otros aspectos como la gestión central de reservas (CRS) y los sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) (Uribe et al., 2022).

A finales de la década de 1990 y con el auge de Internet, las plataformas de reservaciones online revolucionaron el sector, permitiendo a los clientes reservar habitaciones directamente desde sus computadoras personales, ampliando

enormemente las oportunidades de mercado de los hoteles y haciéndolos más accesibles (Lestari *et al.*, 2023).

Hoy en día, la digitalización en la industria hotelera no solo es una opción sino una necesidad. Las tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, el Internet de las Cosas (IoT), y la realidad virtual están definiendo la nueva era de la hospitalidad digital (Vertiz, 2023).

De cara al futuro, se espera que la integración de estas tecnologías sea cada vez más profunda, con desarrollos que probablemente incluyan asistentes personales digitales en cada habitación, mayores capacidades de interacción sin contacto y un mayor enfoque en la sostenibilidad y la gestión inteligente de recursos (Uribe *et al.*, 2022). El reto para los hoteleros será cómo integrar estas nuevas soluciones de manera que mejoren la experiencia del cliente sin perder la esencia de la hospitalidad personalizada y atenta que siempre ha caracterizado al sector.

La **inteligencia artificial (IA)** y el **Big Data** han revolucionado diversas industrias, transformando radicalmente la manera en que las empresas abordan la toma de decisiones. La capacidad para analizar grandes volúmenes de datos y generar insights valiosos en tiempo real ha abierto oportunidades sin precedentes para personalizar servicios y optimizar operaciones (Acosta, 2024).

La IA es una herramienta poderosa para personalizar la experiencia del cliente a un nivel individualizado. En el sector de servicios, especialmente en la hospitalidad, la IA puede analizar el comportamiento previo de un cliente para ofrecer servicios a medida que satisfagan sus expectativas y preferencias (Salgado, 2023). Por ejemplo, mediante el uso de chatbots inteligentes, los hoteles pueden proporcionar un servicio al cliente 24/7, respondiendo a las preguntas frecuentes y personalizando las respuestas basadas en las interacciones anteriores del cliente. Este nivel de personalización no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también aumenta la lealtad y la satisfacción general (Murillo-Andrade y Vizúete-Muñoz, 2024).

El Big Data juega un rol crucial en el análisis predictivo, un método que aprovecha los datos históricos para prever eventos futuros y tendencias. En el mundo hotelero, estos análisis permiten a los gestores anticipar la demanda de habitaciones, optimizar la asignación de recursos y ajustar los precios de manera dinámica para maximizar los ingresos (Acosta, 2024). Además, el Big Data puede ser utilizado para monitorear el rendimiento operativo en tiempo real, ayudando a detectar áreas de ineficiencia que necesitan mejoras. Esta optimización basada en datos no solo reduce costos, sino que también asegura que los recursos se utilizan de la manera más efectiva posible.

La integración de sistemas de gestión hotelera basados en IA y Big Data está transformando las operaciones hoteleras. Estos sistemas permiten una visión unificada de todas las áreas del hotel, desde la gestión de reservas hasta el mantenimiento de las instalaciones y la gestión del personal (Salgado, 2023). La capacidad de centralizar y analizar datos de todas estas fuentes permite una toma de decisiones más informada y ágil.

Los **Property Management Systems (PMS)** son herramientas cruciales en la gestión de propiedades y hoteles, ofreciendo numerosos beneficios y funcionalidades que modernizan y optimizan las operaciones diarias. Dos de las funcionalidades más destacadas de los PMS modernos incluyen la integración con plataformas de reservas y canales de distribución, así como la mejora de la experiencia del huésped a través de aplicaciones móviles (Adil *et al.*, 2021).

Una de las principales funcionalidades de los PMS es su capacidad para integrarse de manera eficiente con diversas plataformas de reservas y canales de distribución. Esta integración permite que los establecimientos hoteleros gestionen todas sus reservas desde un único sistema, independientemente del canal a través del cual el huésped haya realizado su reserva (Barvera, 2022). Esto incluye, pero no se limita a, reservas directas desde el sitio web del hotel, plataformas de terceros como Booking.com o Expedia, y reservas directas por teléfono (Gong, 2023).

La integración con múltiples canales no solo simplifica el proceso de gestión de reservas, sino que también maximiza la visibilidad de la propiedad en el mercado. El resultado es un aumento en la ocupación y, potencialmente, en los ingresos del establecimiento (Barvera, 2022). Además, la capacidad de actualizar la información de disponibilidad y tarifas en tiempo real en todos los canales ayuda a evitar la sobrerreserva y garantiza una experiencia de reserva fluida y sin inconvenientes para los clientes (Gong, 2023).

En la era digital actual, **las aplicaciones móviles** se han convertido en herramientas cruciales para ofrecer servicios personalizados y mejorar la comunicación. Este uso intensivo es especialmente evidente en el caso de la implementación de dispositivos de Internet de las Cosas (IoT) para la creación de habitaciones inteligentes y automatizadas, las cuales están revolucionando la manera en que vivimos y trabajamos (Vertiz, 2023).

La automatización de habitaciones a través de dispositivos IoT ofrece numerosas ventajas, como la optimización de la energía, el aumento de la comodidad y la mejora en la calidad de vida. Por ejemplo, mediante aplicaciones móviles, los usuarios pueden controlar la temperatura, iluminación, seguridad y otros elementos del hogar con solo unos cuantos toques en sus dispositivos. Esto no solo ofrece un nivel de personalización sin precedentes, sino que también facilita la integración de tecnologías que aprenden y se adaptan a las necesidades y hábitos de los usuarios (Constantine, 2023).

Sin embargo, a medida que se aumenta el uso de estas tecnologías, también crecen los retos relacionados con la ciberseguridad y la protección de datos. La interconexión de dispositivos IoT implica una mayor superficie de ataque para los ciberdelincuentes, quienes pueden explotar vulnerabilidades para acceder a información personal sensible o incluso tomar control de los sistemas domésticos (Bravenec, 2023).

Para enfrentar estos desafíos, es crucial implementar soluciones robustas de ciberseguridad. Esto incluye el desarrollo de aplicaciones móviles con altos estándares de seguridad, el uso de encriptación fuerte para la transmisión de

datos y la adopción de autenticación multifactor para acceder a los controles del sistema (Calle et al., 2024). Además, es fundamental que los usuarios estén bien informados sobre las mejores prácticas de seguridad, como la actualización regular de software y el uso de contraseñas seguras (Constantine, 2023).

El marketing digital y las redes sociales desempeñan un papel crucial en la configuración del paisaje actual de la industria hotelera. Su adecuada utilización puede potenciar la visibilidad y mejorar significativamente la reputación online de un hotel (Morató, 2023). Para que un hotel pueda atraer y retener clientes de manera efectiva, así como gestionar su reputación online, es esencial adoptar estrategias específicas y adaptadas a cada plataforma digital y red social (Vertiz, 2023).

Optimización del sitio web y SEO (*Search Engine Optimization*): El sitio web del hotel debe ser visualmente atractivo, fácil de navegar y optimizado para dispositivos móviles, ya que muchos clientes potenciales realizan reservaciones a través de sus teléfonos (Alfiana et al., 2023). Además, utilizando estrategias SEO, como el uso de palabras clave relevantes y la creación de contenido de calidad, se puede mejorar el ranking en los motores de búsqueda, atrayendo tráfico orgánico al sitio (Murtopo et al., 2024).

Marketing de contenido efectivo: Crear contenido relevante y de valor, como blogs sobre consejos de viaje, guías de la ciudad o las amenidades del hotel. Este tipo de contenido no solo atrae visitantes al sitio web, sino que también ayuda a establecer la marca del hotel como una autoridad confiable en la industria de la hospitalidad (Murillo-Andrade y Vizquete-Muñoz, 2024).

Presencia activa en redes sociales: Las plataformas como Instagram, Facebook y Twitter son cruciales para interactuar con los clientes. Publicar fotografías de alta calidad del hotel, promociones especiales y eventos en tiempo real puede aumentar el engagement. Además, herramientas como Facebook Ads permiten segmentar audiencias específicas y maximizar el alcance de las campañas (Barrera et al., 2020).

Gestión de la reputación online: Monitorear y responder a las reseñas en plataformas como TripAdvisor y Google Reviews es fundamental. Agradecer a los huéspedes por sus comentarios positivos y abordar de manera profesional cualquier queja o sugerencia, ayuda a mejorar la reputación online y muestra un compromiso con la excelencia en el servicio al cliente (Barrera et al., 2020).

Estrategias de fidelización: Implementar programas de lealtad y enviar newsletters personalizados para mantener el contacto con los clientes después de su visita. Ofrecer descuentos exclusivos o beneficios durante futuras estancias puede motivar a los clientes a reservar directamente a través del sitio web del hotel, reduciendo la dependencia de las agencias de viajes online y mejorando los márgenes de beneficio (García et al., 2022).

IV. CONCLUSIONES

- ✓ En conclusión, la transición de sistemas manuales a tecnologías digitales ha revolucionado la industria hotelera, mejorando la eficiencia operativa y la gestión de relaciones con los clientes. Además, este avance ha permitido la personalización de la experiencia del huésped. La interacción entre tecnología y hospitalidad seguirá estrechándose con innovaciones como la inteligencia artificial, IoT y realidad virtual, guiando a la industria hacia un futuro más conectado y emocionante.
- ✓ Asimismo, la inteligencia artificial y el Big Data están transformando la manera en que las empresas interactúan con sus clientes, optimizan operaciones y maximizan recursos. Estas tecnologías facilitan la personalización de servicios, el análisis predictivo y la transformación operativa. Sin embargo, el reto está en la adaptación y la implementación ética de estas tecnologías para asegurar su impacto sostenible y equitativo.
- ✓ En la misma línea, los *Property Management Systems* (PMS), integrados con plataformas de reservas y canales de distribución, son herramientas esenciales para la gestión moderna de hoteles. Estos sistemas centralizan la gestión de reservas y mejoran la experiencia del huésped mediante aplicaciones móviles avanzadas, lo que maximiza los ingresos y optimiza la operación hotelera.
- ✓ Además, la creación de habitaciones inteligentes mediante aplicaciones móviles y dispositivos IoT refleja el avance tecnológico en la vida cotidiana. No obstante, este progreso debe ir acompañado de robustas medidas de ciberseguridad y educación del usuario para garantizar la privacidad y seguridad, asegurando que estas innovaciones beneficien a los usuarios de manera segura y ética.
- ✓ Por último y no menos importante, se resalta que el marketing digital y las redes sociales son fundamentales en la estrategia de cualquier negocio

de hostelería. Más allá de aumentar la visibilidad y atraer clientes, estas herramientas son cruciales para mantener la comunicación, gestionar la satisfacción del cliente y construir una sólida reputación online. Una implementación cuidadosa de estas estrategias asegura mantener la competitividad y el éxito en el mercado.

REFERENCIAS

- Acosta, K. R. (2024). Inteligencia artificial (IA) y experiencia del cliente desde el año 2016: Revisión de bibliografía. *Revista Ciencias y Artes*, 2(1), 1-17. <https://doi.org/10.37211/2789.1216.v2.n1.51>
- Adil, M., Ansari, M. F., Alahmadi, A., Wu, J.-Z., & Chakraborty, R. K. (2021). Solving the Problem of Class Imbalance in the Prediction of Hotel Cancellations: A Hybridized Machine Learning Approach. *Processes*, 9(10), 1-17. <https://doi.org/10.3390/pr9101713>
- Alfiana, F., Khofifah, N., Ramadhan, T., Septiani, N., Wahyuningsih, W., Azizah, N. N., & Ramadhona, N. (2023). Apply the Search Engine Optimization (SEO) Method to determine Website Ranking on Search Engines. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 3(1), 65–73. <https://doi.org/10.34306/ijcitsm.v3i1.126>
- Arteaga, M. M., Esteban-Regino, E. M., y Ojeda, M. A. (2021). Modelo para incorporar las TIC en las MIPYMES del sector hotelero. *Scientia Et Technica*, 26(2), 201–208. <https://doi.org/10.22517/23447214.24848>
- Barrera, K. J., Lizcano, P. A., Rodríguez, Y. J., y Lesmes, A. K. (2020). La importancia del marketing digital en la hotelería. *Convicciones*, 7(14), 80-84. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/662>
- Barvera, E. A. (2022). *Gestión de errores del sistema de facturación y reserva del Hotel Jared de la Parroquia Ricaurte*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12544>
- Bravenec, T. (2023). *Exploiting Wireless Communications for Localization: Beyond Fingerprinting*. Doctorat internacional, Universitat Jaume I. <http://hdl.handle.net/10803/689593>
- Calle, A. J., Carvajal, C. E., Espinar, A. V., y Guillen, A. D. (2024). Aplicaciones móviles y su impacto en la fidelización del cliente: estrategias para empresas. *Ciencia y Desarrollo*, 27(2), 55-69. <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2602>
- Constantine, V. H. (2023). *Diseño de una red Internet de las cosas (IOT) para la Hostería Aligahu*. Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/25520>

- Flores, S., Maldonado, C. M., y León, M. (2020). Uso de plataformas digitales y aplicaciones en línea para reservar servicios de hospedaje en Mazatlán, México. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 8(15), 85-95. <https://doi.org/10.36825/RITI.08.15.008>
- Gallardo, J. (2021). *Factores determinantes en la adopción de IoT en el sector hotelero*. Tesis doctoral, Universidad de Huelva. <http://hdl.handle.net/10272/19782>
- García, P. R., Gavilán, E., Gómez-Cáceres, F. Y., y Reto-Quintanilla, Á. F. (2022). Marketing digital y calidad de servicios hoteleros en la región Tacna. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales - Relacis*, 1(1), 72-87. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11123103>
- Gong, S. (2023). *Technology Adoption in the Short-Term Rental Property Management Industry*. Tesis de pregrado, Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/61602>
- Lestari, N. S., Rosman, D., Faridi, A., Sukma, B. E., Rokhmah, S., & Gunawan, A. (2023). The Effect of Technology Readiness and Customers' Acceptance on Online Hotel Booking Intention. *IEEE Xplore*, 8, 1-9. <https://doi.org/10.1109/ICBIR57571.2023.10147648>
- Martínez-Jaramillo, H. A., y Moreno-Duarte, J. (2022). Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factor de competitividad en la gestión del sector hotelero en Villavicencio, Colombia. *Revista EAN, Edición especial*, 93-114. <https://doi.org/10.21158/01208160.n0.2020.2739>
- Monge, M. J., y Meneses, W. R. (2023). Importancia de la información en medios digitales para la prestación del servicio de alojamiento. *ULEAM Bahía Magazine*, 4(6), 209–218. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/311
- Morató, B. (2023). Marketing digital y su influencia en la competitividad en el sector hotelero. *Revista Científica Business Insights*, 6(7), 56-63. <https://revistas.usfx.bo/index.php/rcbi/article/view/1108>
- Muñoz, M., Taito, M., y Fernández, J. (2023). Adopción digital del sector hotelero: un estudio comparativo para Chile y Perú. *RAN - Revista Academia & Negocios*, 9(1), 39-50. <https://doi.org/10.29393/RAN9-4ADMJ30004>

- Murillo-Andrade, A. D., y Vizquete-Muñoz, J. M. (2024). El Impacto de la IA en el Marketing de Contenidos dentro del Contexto del Marketing 5.0. *Revista de Investigación Sigma*, 11(1), 63-81. <https://doi.org/10.24133/yz85g716>
- Murtopo, A. A., Nursidik, M., Syefudin, S., & Gunawan, G. (2024). Optimasi Search Engine Optimization (SEO) On Page Untuk Meningkatkan Peringkat Website Hondasukabumi.com Di Google. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 2943–2953. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10715>
- Nam, K., Dutt, C. S., Chathoth, P., Daghfous, A., & Khan, M. S. (2021). The adoption of artificial intelligence and robotics in the hotel industry: prospects and challenges. *Electron Markets*, 31, 553–574. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00442-3>
- Salgado, N. (2023). Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales. *Polo del Conocimiento: Revista Científico - Profesional*, 8(6), 1190-1206. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152506>
- Sharma, U., & Gupta, D. (2021). Analyzing the applications of internet of things in hotel industry. *Journal of Physics: Conference Series*, 19(1), 1 - 12. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1969/1/012041/pdf>
- Trujillo, D., y Parra, H. (2021). Transformación digital para pymes de alojamiento y hospedaje de Boyacá usando metodologías ágiles. *Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería*, 1(1), 1 - 9. <https://doi.org/10.26507/ponencia.1889>
- Uribe, A., Lechuga, J., Carvajalino, C., Piscioti, K., Payares, M., y Rodríguez, R. (2022). *La transformación digital como estrategia de fortalecimiento comercial del sector hotelero en el Caribe Colombiano*. Instituto Latinoamericano de altos estudios-ILAE. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6828996>
- Vertiz, J. (2023). *La transformación digital en las empresas turísticas de alojamiento*. Tesis de maestría, Universidad de Málaga. <https://hdl.handle.net/10630/28403>

ANEXOS

Reporte de similitud en software Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1088032488&ro=103&o=2431669732&lang=es&s=1

feedback studio CARLOS COBOS VILLEGAS Herramientas digitales en la innovación en el sector hotelero, 2024. /100 1 de 2

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Herramientas digitales en la innovación en el sector hotelero, 2024.

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Bachiller en Administración

AUTORES:
Cobos Villegas, Carlos (orcid.org/0000-0002-9679-2684)
Saavedra Vildoso, Joet Anderson (orcid.org/0000-0002-0363-1057)

ASESOR:
Dr. Alvarez Rios, Lin (orcid.org/0000-0002-0667-1900)

Resumen de coincidencias
17 %

Se están viendo fuentes estándar
Ver fuentes en inglés

Coincidencias

1	fastercapital.com	Fuente de Internet	2 %
2	www.coursehero.com	Fuente de Internet	1 %
3	Entregado a Universida...	Trabajo del estudiante	1 %
4	Entregado a Universida...	Trabajo del estudiante	1 %
5	view.gental.ly	Fuente de Internet	1 %
6	www.newhotel.com	Fuente de Internet	1 %
7	Entregado a Universida...	Trabajo del estudiante	<1 %
8	bonga.unisimon.edu.co	Fuente de Internet	<1 %
9	www.cjue.es	Fuente de Internet	<1 %
10	fourweekmba.com	Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.ucv.edu.pe	Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 13 Número de palabras: 3219 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado 16:47 13/09/2024