

Importancia de la información en medios digitales para la prestación del servicio de alojamiento.

Importance of information in digital media for the provision of the accommodation service.

Mayra Jadira Monge Loja

<https://orcid.org/0000-0001-7363-2867> - e0106305329@live.uleam.edu.ec

William Renán Meneses Pantoja

<https://orcid.org/0000-0001-8080-9990> - william.pantoja@uleam.edu.ec

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, extensión Sucre-Bahía de Caráquez

Recibido: 15/08/2022 – Revisado: 20/09/2023 - Publicado: 29/01/2023

Resumen

En la actualidad las tecnologías de la información y comunicación tienen un papel fundamental en los diferentes tipos de empresas, especialmente en instituciones del campo turístico como los establecimientos de alojamiento; para el aumento de la competitividad, la mejora de la productividad y el incremento de satisfacción de los clientes. De aquí, el presente estudio se realizó en el establecimiento casa grande parrilladas y hospedaje ubicado en el cantón San Fernando perteneciente a la provincia del Azuay, con el objetivo de estudiar la influencia e importancia de la información en medios digitales en los diferentes espacios que estos brindan para ayudar al mejoramiento de la gestión empresarial. El estudio se lo realizó en tres etapas, primero se realizó una revisión bibliográfica, luego el

diseño y aplicación de un instrumento como es la encuesta con una escala de Likert, la misma fue aplicada de forma virtual y en la tercera y última etapa, se realizó el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta. Entre los resultados más relevantes se evidencio que el 74% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo que los establecimientos prestadores de servicios deberían presentar información en los medios digitales acerca de los productos y servicios que ofrecen. También se pudo considerar lo necesario de insertar los sistemas de información en las empresas, ya que la información obtenida por el consumidor es clave en el proceso de decisión de compra.

Palabra clave: información digital, satisfacción, cliente.

Abstract

At present, information and communication technologies play a fundamental role in the different types of companies, especially in institutions in the tourism field such as accommodation establishments; to increase competitiveness, improve productivity and increase customer satisfaction. From here, the present study was carried out in the casa grande parrilladas y

hospedaje establishment located in the San Fernando canton belonging to the province of Azuay, with the objective of studying the influence and importance of information in digital media in the different spaces that these They provide to help improve business management. The study was carried out in three stages, first a bibliographic review, design and application of an instrument such as the survey with a Likert scale

was carried out, it was applied virtually and in the third and last stage, the analysis of the results obtained from the survey. Among the most relevant results, it was evidenced that 74% of the clients surveyed fully agree that service providers should present information in digital media about the products and

services they offer. It was also possible to consider the need to insert information systems in companies, since the information obtained by the consumer is key in the purchase decision process.

Keywords: *digital information, satisfaction, customer.*

Introducción

El conjunto de recursos y técnicas usadas en la transmisión de información se ha matizado de mano de las tecnologías de información y comunicación, gracias al continuo desarrollo de nuevas tecnologías, las empresas especialmente las relacionadas con el sector turístico, se encuentran actualmente en una fase de cambio las cuales han experimentado en los últimos años un proceso de reorganización y cambio en el modo en que operan. En la actualidad se está haciendo un alto uso de los medios digitales y las nuevas tecnologías, en donde los establecimientos han podido subir información para que la misma esté al alcance de todos y mediante la cual saber lo que ofrece la organización.

“Las TIC se han convertido en una fuente de ventajas competitivas y un arma estratégica, especialmente, en sectores donde la información juega un papel fundamental en la descripción, promoción y distribución de sus productos” (Espín et al., 2017, p. 39). De hecho, las tecnologías de información y comunicación están vinculadas con diversas áreas de negocio, las mismas que contribuyen la productividad empresarial y la comunicación clara e ininterrumpida.

En el campo empresarial el uso de las TIC representa una transición relevante en la forma de divulgar y producir la información y la manera de desarrollar las operaciones de este por las características y por ende los beneficios que brindan las mismas:

La inmaterialidad es una característica básica de la tecnología de la información y comunicación, su materia es la información y la posibilidad que algunas de ellas tienen para construir mensajes sin referentes. Las TIC generan y procesan información, como en el caso de la utilización de la informática, facilitan el acceso a grandes masas en períodos cortos, poseen códigos lingüísticos diferentes, así como también transmiten información a destinos lejanos con costos menores en tiempo real. (Montiel, 2008, p. 82).

De acuerdo con el punto de vista de la autora, menciona que la digitalización de la información permite la interactividad de grandes multitudes en tiempo real entre las empresas con los consumidores, usuarios y visitantes para poder dar a conocer de forma más eficiente por medio de la digitalización lo que se quiere brindar.

Estar en relación consistente entre el establecimiento y los consumidores por medio de plataformas digitales es una forma idónea para llegar más rápido a los usuarios de manera eficaz, ya que las utilidades son considerablemente altas dado el impulso que las herramientas tecnológicas brindan.

La información obtenida por el consumidor en diferentes fuentes es clave en el proceso de decisión de compra. La aparición de Internet como repositorio de extensas cantidades de datos sobre productos y servicios provoca que el usuario tenga a su alcance la posibilidad de comparar todas las alternativas, visualizar precios, configuraciones y en general todas las características sobre los bienes que desea adquirir. (Carrasco, 2016, p. 28).

Por otra parte, la información en las actividades del ámbito turístico es elemental ya que cumple un rol positivo en el incremento y mejora de los flujos de información. “Es necesario saber que la información posee un gran valor en la industria turística y supone una herramienta esencial para la competitividad de las empresas en este sector”. (Fernández & Espí, 2013, p. 18)

Como expresa el autor, la información de un producto o servicio turístico adquiere un papel importantísimo, ya que las distintas empresas turísticas necesitan estar en contacto continuamente con las personas ofreciéndoles información actualizada a sus clientes en todos los espacios digitales que se pueda, que serán útiles para captar a nuevos usuarios, además es una forma de publicidad para que las personas vean los productos y tener un éxito significativo en ventas.

En las empresas actuales se ha visto cuán importante son los sistemas de información gracias a tecnología que se ha hecho presente en todos los sectores convirtiéndose en un elemento esencial para las organizaciones. A través de su uso se logran importantes avances y contribuyen al avance de las labores.

El uso de la tecnología de información para los procesos empresariales da como resultado el desarrollo de sistemas de información que ayudan a una empresa a darle ventaja competitiva en el mercado, utilizándolos para desarrollar productos,

servicios, procesos y capacidades que dan a una empresa una ventaja estratégica sobre las fuerzas competitivas que enfrenta una empresa. (Briceño, 2005).

“En esta perspectiva, los sistemas de información son esenciales en negocios, porque más que la producción, las organizaciones requieren de la información para sobrevivir y prosperar, llegando hasta lugares muy retirados, cambiando profundamente la manera de conducir sus negocios”. (Hamidian Fernández & Ospino Sumoza, 2015, p. 178)

De acuerdo con lo que manifiestan los autores, la inserción y uso de los sistemas de información favorecerá a las empresas en sus actividades, pudiendo así lograr que sus procesos sean sustancialmente más eficientes, lo que permitirá reducir costos, mejorar la calidad y el servicio, desarrollando una base de información estratégica que puede proporcionar información para respaldar sus estrategias competitivas. Por ende, es importante tener una instrucción informática en las organizaciones que permitan y den las condiciones necesarias para que los sistemas de información logren los objetivos citados anteriormente.

La comunicación digital en tiempos de coronavirus ha cambiado, así pues, la situación causada por la pandemia ha forzado a los establecimientos en corto plazo, a una adaptación y transformación digital, ofreciendo más flexibilidad a los clientes como a sus empleados y potencialmente abriendo nuevas oportunidades de ingresos.

Si antes de la pandemia del Covid-19, se debatía la importancia de la comunicación digital, ahora ya no hay duda de que realmente es indispensable el uso de los medios digitales. Ahora es buen momento para desarrollar nuevas estrategias para llegar con la información de forma afectiva y al mayor número de personas y al mismo tiempo para mantener seguros a empleados y clientes. Además, que sabemos tendrán relevancia cuando la situación se normalice, por lo tanto, “Es importante entender que, dar el paso al mundo digital no se trata de desvanecerse como tienda o negocio físico, todo lo contrario, se trata de ofrecer más alternativas a los clientes, facilitándoles los procesos y adaptándose a sus necesidades”. (Labrador et al., 2020)

Con base a lo mencionado por los autores, la gestión empresarial necesariamente va de la mano con la transformación digital, ha grado que si queremos que nuestra empresa trascienda. Por lo que la decisión de entrar en el proceso de digitalización, o mantener y mejorar el mismo a través de las opciones que la tecnología ofrece se ha convertido en un requisito para afrontar el futuro.

“Una razón crítica que ralentiza el rendimiento de los procesos comerciales de empresas es la comunicación escasa o mínima entre la fuerza de trabajo. Los procesos manuales consumen mucho tiempo e implican grandes esfuerzos para que funcione”. (Proaño et al., 2018). En esta perspectiva como señalan los autores, la carencia de información en los medios digitales se muestra como una problemática. En consecuencia, podría provocar que los usuarios se sientan insatisfechos con el servicio recibido en comparación a lo ofrecido en los medios digitales, con la finalidad de vender su producto o servicio.

Por tanto, es importante la información en las páginas webs de los establecimientos turísticos acerca de sus productos o servicios, para el incremento de la competitividad, la mejora de la productividad y el incremento de la satisfacción de los clientes. Así pues, en este aspecto el objetivo de este estudio es conocer el grado de importancia y de satisfacción de la información que brinda Casa Grande, mediante el levantamiento de información de los clientes respecto a los detalles encontrados en las páginas Webs. De esta manera se pretende estudiar la influencia e importancia de la información en los medios digitales en los diferentes establecimientos para ayudar al aumento de la gestión empresarial que puede contribuir de manera significativa al desarrollo económico del propio establecimiento.

El establecimiento casa grande parrilladas y hospedaje ubicado en el cantón San Fernando, perteneciente a la provincia del Azuay, presenta deficiencias en la información que presta en los sitios o páginas webs, por lo que se requiere mostrar información acertada y adecuada para mejorar y potenciar el establecimiento mediante las plataformas digitales. Con la investigación realizada se puede contribuir a la mejora de la información que ofrece en los medios digitales casa grande parrilladas y hospedaje, lo que dará como resultado que el establecimiento disponga de información para que los clientes puedan encontrar información idónea acerca de los productos y servicios que ofrecen, ayudando a la institución a incrementar y mejorar los flujos de información.

La presentación de información eficaz favorece de manera directa al establecimiento en donde los usuarios tendrán como resultado la obtención de información de determinado producto o servicio de maneras más eficiente y eficaz, ya que el establecimiento contará con la información más organizada, estructura lo cual facilitará la búsqueda de esta.

Metodología

La presente investigación se identifica como descriptiva y de naturaleza investigativa, siendo el objeto de estudio los clientes de casa grande parrilladas y hospedaje.

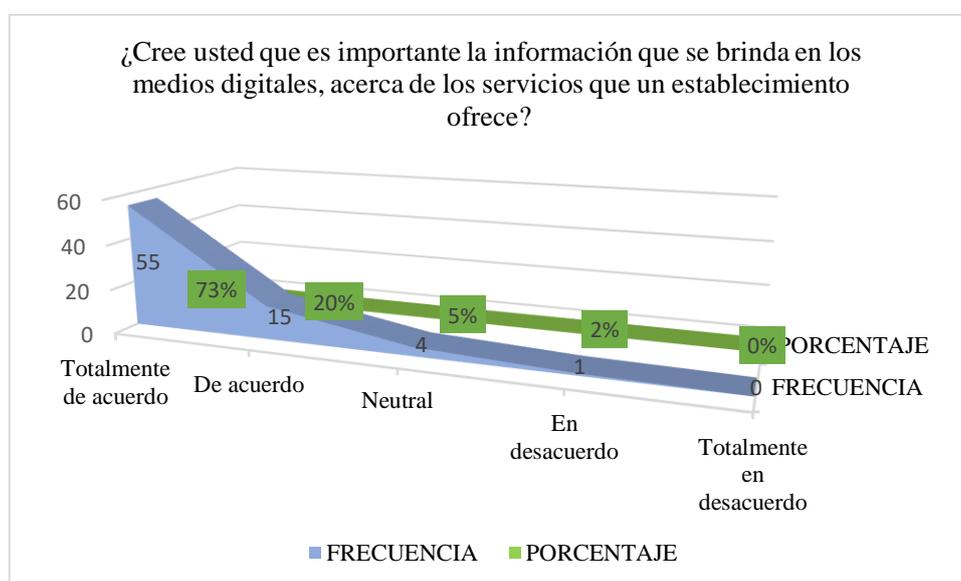
establecimiento ubicado en el cantón San Fernando perteneciente a la provincia del Azuay.

La investigación se la realizó en tres etapas, primero se realizó una revisión bibliográfica que permitió entender la situación del tema para luego poder hacer un diseño de una encuesta con diez interrogantes, con opción de respuesta elaborada con una escala de Likert, la misma que “Permite lograr altos niveles de confiabilidad y requiere pocos ítems mientras que otras necesitan más para lograr los mismos resultados”. (Ospina et al., 2005, p. 19). Esta investigación es no experimental, en este estudio permitió identificar el grado de acuerdo o desacuerdo de cada pregunta de la encuesta aplicada. En la segunda etapa se aplicó la encuesta de forma virtual a una muestra de 75 clientes del establecimiento, aplicando el método de muestreo no probabilístico por conveniencia. En la tercera y última etapa, se realizó el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta anteriormente aplicada.

Resultados

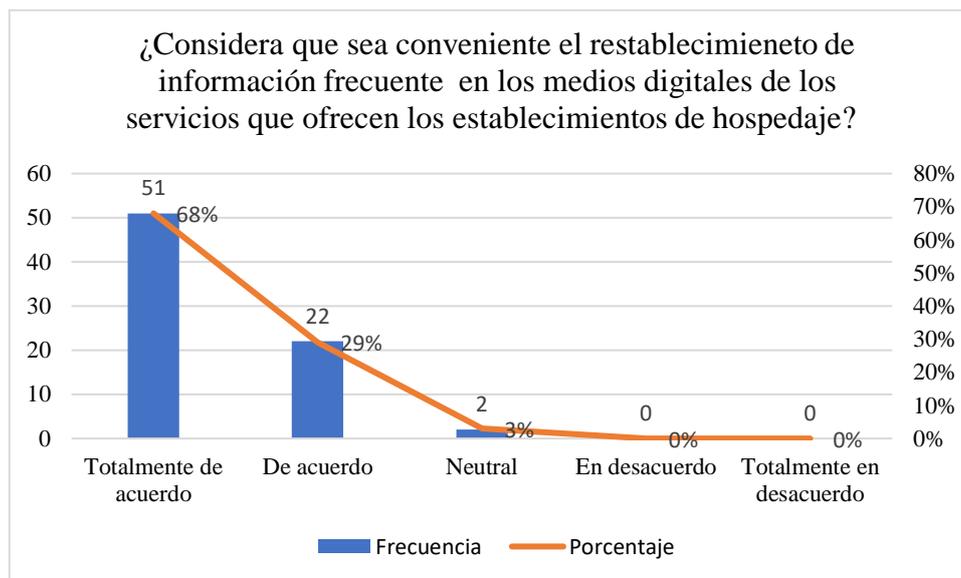
La adopción de la comunicación digital es tan necesario para llegar con información a un mayor número de posibles consumidores de manera veraz y oportuna, por consiguiente, la mayoría de los usuarios del establecimiento estiman que es fundamental la información que les puede brindar el establecimiento acerca de lo que ofrecen por medio de los medios digitales. Se presenta los resultados más relevantes obtenidos de la encuesta aplicada a 75 clientes de Casa Grande Parrilladas y Hospedaje:

Figura 1: Información en medios digitales



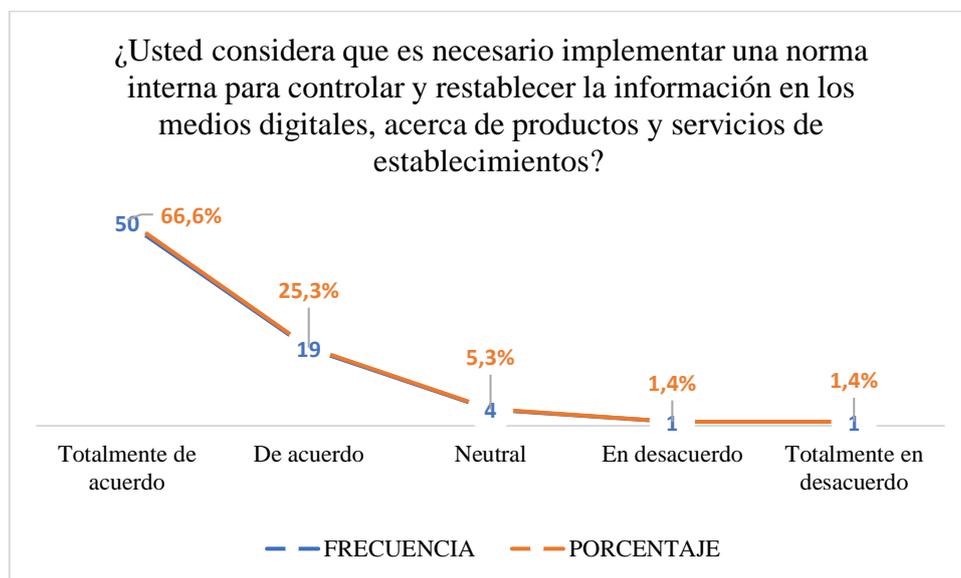
Fuente: elaboración propia.

Figura 2: Restablecimiento de información en medios digitales



Fuente: elaboración propia.

Figura 3: Control y restablecimiento de información en medios digitales



Discusión

A partir de la aplicación de la encuesta a los clientes del establecimiento casa grande parrilladas y hospedaje se comprobó que los encuestados consideran indispensable la información que un establecimiento brinda en los medios digitales acerca de los productos y servicios que ofertan. A raíz de lo mencionado el propietario del establecimiento deberá trabajar en mostrar información adecuada y verídica que permita a los visitantes

anticiparse a las características de los productos y servicios como: costos, ofertas y promociones etc.

Es importante mencionar que en la encuesta aplicada más del 65% de los datos analizados fueron resultados positivos en relación con la importancia de la información en los medios digitales y la aplicación de una norma interna que regule el restablecimiento de información que se deposita en las plataformas digitales relacionado a los productos y servicios que brindan los establecimientos de alojamiento.

En el trabajo de (Granda, 2018) menciona que, “es indispensable el uso de marketing digital ya que ayuda al usuario en la búsqueda de información y también a la empresa turística a ofertar globalmente sus productos y servicios”. Es decir, el autor considera como indispensable que los establecimientos presenten información en diferentes medios digitales, por consiguiente, la web es un instrumento esencial en las diversas empresas, para entregar información apropiada de los productos y servicios a los usuarios. Dentro de esas herramientas están las estrategias de marketing la cual se refiere a un conjunto de acciones que tienen como propósito final identificar y comunicar los beneficios que el negocio ofrece a los consumidores para así poder incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible. (Carbache et al., 2020)

Mientras que García de León y Garrido Díaz (2002) señalan en su trabajo investigativo que, “la disparidad de contenido y diseño en los sitios Webs nos enfrentan a información no siempre fiable, por su diversidad y por los objetivos disímiles que van desde la presentación de una institución hasta la venta de servicios y productos” (pág.3).

Los autores anteriormente citados consideran en gran medida que la información reposada en los medios digitales de establecimientos prestadores de servicios no es del todo confiable. Por ende, es importante la estructura de la información en las Webs, la misma que debe apuntar a objetivos previamente acordados por el establecimiento. Para ello se requiere la formulación de objetivos claros para obtener un sitio en donde las personas puedan encontrar información de primera.

Aguilar (2017) da a conocer que las “empresas e instituciones tienen necesidad de una información pertinente, práctica y útil. Este recurso genera un valor determinado cuando aumenta su papel en aquello que puede afectar a las organizaciones y cuando incide en la acertada toma de decisiones” (pag.11). Con base a la posición del autor, la comunicación a través de los medios digitales favorece a una estrecha relación entre el establecimiento y el cliente. Cuántas más sean las vías de comunicación que cuenta un establecimiento

para dirigirse a los usuarios, la información del producto o servicio se dará de forma más rápida y efectiva.

Conclusiones

Se verificó que la adopción de la transformación digital puede mejorar las ventas de las empresas de alojamiento sorprendentemente. La principal razón para afirmar esto está dado por la amplia oportunidad que tienen las personas para acceder a la información digital. Además, esto permitirá modernizar la estrategia comercial y operacional de un establecimiento, entidad e institución.

Se debe suministrar la información que realmente requieren los usuarios. Por ello el control y restablecimiento de la información en los medios digitales con frecuencia acerca de los productos y servicios que ofrecen, por medio de la adecuación, selección y transmisión inmediata de la información.

En el estudio realizado se determinó lo sustancial en los establecimientos prestadores de alojamiento ofrezcan información en los medios digitales, lo que permitirá que los clientes aumenten su nivel de confianza ante el producto o servicio. Finalmente, las tecnologías de información son una herramienta complementaria para las empresas, porque ayudan a interactuar con sus usuarios permitiéndoles obtener ventajas y bondades para satisfacer sus necesidades e intereses.

Referencias

- Aguilar, M. G. (2017). La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas. Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación, 11.
- Briceño, E. A. (17 de junio de 2005). Sistemas de información y su importancia para la empresa. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/sistemas-informacion-importancia-empresa/>
- Carbache Mora, C. A., Herrera Bartolomé, C., Talledo Delgado, L. K., Carbache Mora, C. A., Herrera Bartolomé, C., & Talledo Delgado, L. K. (2020). Estrategias de marketing para fortalecer la imagen de servicio de los helados artesanales del “Charra” en Bahía de Caráquez. *Revista Científica UISRAEL*, 7(2), 121–140. <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n2.2020.277>
- Carrasco, J. B. (2016). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva en los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, 28-29.

- Espín et al. (2017). Uso de las TIC para la gestión hotelera en el sector turístico de Pastaza. Universidad de Manizales, 39. Obtenido de <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/ventanainformatica/article/view/2385/2513>
- Fernández, F., & Espí, E. (2013). Estudio del impacto de las TIC en el turismo: análisis de su influencia en los habitantes de la ciudad de Gandía durante la planificación de un viaje. Universidad Politécnica de Valencia. Escala Politécnica Superior de Gandia. Gandia, 18-19.
- García de León, A., & Garrido Díaz, A. (2002). Los sitios webs como estructuras de información: un primer abordaje en los criterios de calidad. Red de Revistas Científicas de América Latina, eEl Caribe, España y Portugal, 3-4.
- Granda, M. F. (2018). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. Copyright & License.
- Hamidian Fernández, B. F., & Ospino Sumoza, G. R. (2015). ¿Por qué los sistemas de información son esenciales? ANUARIO, 178-179.
- Labrador et al. (2020). Marketing en tiempos de crisis generado por la covid-19. Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-laica-eloy-alfaro-de-manabi/marketing/a20v41n42p17/21516603>
- Montiel, N. D. (2008). Tecnologías de información y comunicación para las organizaciones del siglo XXI. 82. Obtenido de <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/453/380>
- Ospina et al. (2005). La escala de Likert en la valoración de los conocimientos y las actitudes de los profesionales de enfermería en el cuidado de la salud. Antioquia, 2003. (U. d. Enfermería, Ed.) 19. Obtenido de <file:///C:/Users/Pedro/Downloads/Dialnet-LaEscalaDeLikertEnLaValoracionDeLosConocimientosYL-1311949.pdf>
- Proaño et al. (2018). Los sistemas de información y su importancia en la transformación digital de la empresa actual. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n45/18394503.html>