
Turismo Corporativo y TIC: Una puerta a la competitividad

Dinámicas sectoriales que estimulan la competencia
colaborativa apoyada en las Tecnologías de la información
y las Comunicaciones

José María Mendoza Guerra • Marelys Dorina Mulford Hoyos • Karelis Barrios Hernández • José Rafael García-González
Alexis Rafael Messino Sosza • Ana Beatriz Blanco Ariza • Adriana Patricia Uribe Urán
Magda Andrea Monsalve Peláez • Alexander Ruz Gómez • Jaime Fernando Díaz • Jesús Enrique García Guilianny
Ronald Antonio Prieto Pulido • Ernesto García Cali • Alexis Antonio Rafael Palacios Arrieta • María José Pineda Real
Enrique Martelo López • Andy Luis Padilla Manotas • Diana Carolina Martínez Torres • Enrique Melamed-Varela
Ingrith Dayana Rodríguez Gutiérrez • Paola Andrea Amar Sepúlveda • Rodrigo José Miranda Redondo
Vladimir Alfonso Quintero Méndez • Mario Andrés Salazar Pineda • Isaura Arteta González • Angélica María Rocco
Paola Andrea Sánchez Sánchez - Doniphane Romain Amaury Meslier

Turismo Corporativo y TIC: Una puerta a la competitividad

Dinámicas sectoriales que estimulan la competencia
colaborativa apoyada en las Tecnologías de la información
y las Comunicaciones

**TURISMO CORPORATIVO Y TIC: UNA PUERTA A LA
COMPETITIVIDAD.**

DINÁMICAS SECTORIALES QUE ESTIMULAN LA
COMPETENCIA COLABORATIVA APOYADA EN
LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS
COMUNICACIONES

© José María Mendoza Guerra • Marelys Dorina Mulford Hoyos • Karelis Barrios Hernández • José Rafael García-González • Alexis Rafael Messino Sosza • Ana Beatriz Blanco Ariza • Adriana Patricia Uribe Urán • Magda Andrea Monsalve Peláez • Alexander Ruz Gómez • Jaime Fernando Díaz • Jesús Enrique García Guiliany • Ronald Antonio Prieto Pulido • Ernesto García Cali • Alexis Antonio Palacios Arrieta • María José Pineda Real • Enrique Martelo López • Andy Luis Padilla Manotas • Diana Carolina Martínez Torres • Enrique Melamed-Varela • Ingrith Dayana Rodríguez Gutiérrez • Paola Andrea Amar Sepúlveda • Rodrigo José Miranda Redondo • Vladimir Alfonso Quintero Méndez • Mario Andrés Salazar Pineda • Isaura Arteta González • Angélica María Rocco • Paola Andrea Sánchez Sánchez • Doniphane Romain Amaury Meslier
Compiladores: Vladimir Alfonso Quintero Méndez • Rodrigo José Miranda Redondo

Facultades: Administración y Negocios/Ingenierías

Grupo de Investigación: Gestión Organizacional

Líder: Ana Beatriz Blanco Ariza

Grupo de Investigación: Ingebiocaribe

Líder: Alexis Rafael Messino Sosa

Proceso de arbitraje doble ciego

Recepción: Mayo de 2016

Evaluación de propuesta de obra: Julio de 2016

Evaluación de contenidos: Octubre de 2016

Correcciones de autor: Diciembre de 2016

Aprobación: Febrero de 2017

José María Mendoza Guerra • Marelys Dorina Mulford Hoyos • Karelis Barrios Hernández • José Rafael García-González
Alexis Rafael Messino Sosza • Ana Beatriz Blanco Ariza • Adriana Patricia Uribe Urán
Magda Andrea Monsalve Peláez • Alexander Ruz Gómez • Jaime Fernando Díaz • Jesús Enrique García Guiliany
Ronald Antonio Prieto Pulido • Ernesto García Cali • Alexis Antonio Rafael Palacios Arrieta • María José Pineda Real
Enrique Martelo López • Andy Luis Padilla Manotas • Diana Carolina Martínez Torres • Enrique Melamed-Varela
Ingrith Dayana Rodríguez Gutiérrez • Paola Andrea Amar Sepúlveda • Rodrigo José Miranda Redondo
Vladimir Alfonso Quintero Méndez • Mario Andrés Salazar Pineda • Isaura Arteta González • Angélica María Rocco
Paola Andrea Sánchez Sánchez - Doniphane Romain Amaury Meslier

Turismo Corporativo y TIC: Una puerta a la competitividad

Dinámicas sectoriales que estimulan la competencia
colaborativa apoyada en las Tecnologías de la información
y las Comunicaciones

Proyecto financiado en convenio con Colciencias - MinTIC y ejecutado por Virtual Diseño

Vladimir Alfonso Quintero Méndez - Rodrigo José Miranda Redondo
Compiladores



Turismo corporativo y TIC: una puerta a la competitividad. Dinámicas sectoriales que estimulan la competencia colaborativa apoyada en las tecnologías de la información y las comunicaciones / José María Mendoza Guerra... [et al.] -- Barranquilla : Ediciones Universidad Simón Bolívar, 2017.

316 p. ; 17 x 24 cm.
ISBN: 978-958-8930-95-4

1 Mercadeo de servicios 2. Administración de servicios 3. Turismo – Mercadeo 4. Competitividad – Colombia 5. Innovaciones tecnológicas – Administración 6. Logística empresarial I. Mendoza Guerra, José María II. Dorina Mulford, Marelys III. Barrios Hernández, Karelis IV. García González, José Rafael V. Messino Sosza, Alexis Rafael VI. Blanco Ariza, Ana Beatriz VII. Uribe Urán, Adriana Patricia VIII. Monsalve Peláez, Magda Andrea IX. Ruz Gómez, Alexander X. Fernando Díaz, Jaime XI. García Guilianny, Jesús Herique XII. Pietro Pulido, Ronald Antonio XIII. García Cali, Ernesto XIV. Palacios Arrieta, Alexis Antonio XV. Pineda Real, María José XVI. Martelo López, Enrique XVII. Padilla Manotas, Andy Luis XVIII. Martínez Torres, Diana Carolina XIX. Melamed-Varela, Enrique XX. Rodríguez Gutiérrez, Ingrith Dayana XXI. Amar Sepúlveda, Paola Andrea XXII. Miranda Redondo, Rodrigo José XXIII. Quintero Méndez, Vladimir Alfonso XXIV. Salazar Pineda, Mario Andrés XXV. Arteta González, Isaura XXVI. Rocco, Angélica María XXVII. Tit.

338.4791 T938 2017 SCDD 21 ed.

Universidad Simón Bolívar – Sistema de Bibliotecas

Impreso en Barranquilla, Colombia. Depósito legal según el Decreto 460 de 1995. El Fondo Editorial Ediciones Universidad Simón Bolívar se adhiere a la filosofía del acceso abierto y permite libremente la consulta, descarga, reproducción o enlace para uso de sus contenidos, bajo una licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



©Ediciones Universidad Simón Bolívar

Carrera 54 No. 59-102

<http://publicaciones.unisimonbolivar.edu.co/edicionesUSB/>

dptpublicaciones@unisimonbolivar.edu.co

Barranquilla - Cúcuta

Producción Editorial

Editorial Mejoras

Calle 58 No. 70-30

info@editorialmejoras.co

www.editorialmejoras.co

Marzo de 2017

Barranquilla

Made in Colombia

Cómo citar este libro:

Mendoza Guerra, J. M., Dorina Mulford, M. B., García González, J. R., Messino Sosza, A., Blanco Ariza, A. B., Uribe Urán, A. P., . . . Ruz Gómez, A. (2017). V. A. Quintero Méndez, & R. J. Miranda Redondo (Comp.), *Turismo Corporativo y TIC: Una puerta a la competitividad*. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.

Tabla de Contenido

Introducción	9
Capítulo 1	
Competitividad del clúster turístico del Caribe colombiano..	13
Capítulo 2	
Potencialidades del Caribe colombiano. Un análisis desde la Asociatividad, el Turismo y las TIC	61
Capítulo 3	
Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como una ventaja competitiva para las empresas hoteleras del sector turismo en el Atlántico	83
Capítulo 4	
Mercadeo Interno. Herramienta de competitividad en empresas del sector turístico del Caribe colombiano.....	117
Capítulo 5	
Gestión del Marketing Digital en el turismo de negocios del Caribe colombiano: Una reflexión conceptual.....	171
Capítulo 6	
El turismo corporativo desde la visión tecnológica	189
Capítulo 7	
Dinámicas de innovación y relacionamiento Universidad-Empresa-Estado para el desarrollo del turismo de negocios.....	213

Capítulo 8

Colombian Caribbean Meetings.

Una plataforma digital que se constituye como canal comercial para articular la cadena de proveedores del sector turismo de negocios en la región Caribe colombiana 245

Capítulo 9

Principales resultados de un proceso de desarrollo de clientes en el sector turismo corporativo del Caribe colombiano 257

Capítulo 10

Metodología de desarrollo de la plataforma digital. Principales resultados, discusión y conclusiones 283

Introducción

Cinco proyectos de investigación independientes que se articulan alrededor del tema y el alcance geográfico se integran en este libro de manera armónica e incremental para producir una visión multidimensional del tópico central.

El primer capítulo da entrada al concepto actual de competitividad desde el marco empresarial y avanza hacia su enfoque en el sector turístico, particularmente en el Caribe colombiano; resalta la trascendencia que el turismo ha adquirido como factor de innovación y competitividad, a la vez como escenario potencial de la cooperación entre actores en un esquema de 'cooperencia'. Uno de los resultados articuladores de esta investigación es la identificación de la necesidad en la región de un sistema de información para la gestión de la información. El segundo capítulo hace énfasis en el impacto positivo que las TIC han tenido en la asociatividad de los diferentes actores de la cadena productiva del sector turismo, generando espacios para el mejoramiento y consolidación de los procesos empresariales y organizacionales del sector. Se resalta el potencial que el uso de estas tecnologías presenta para actividades de promoción turística en regiones que cuentan con una variada oferta como la región Caribe colom-

biana. Esta influencia de las TIC en la competitividad de las empresas del sector es abordada en el tercer capítulo desde la visión de un recurso que puede y debe ser desarrollado por los hoteles de la región, con miras a hacer del turismo electrónico un elemento en sus prácticas de gestión. El estudio identifica una debilidad regional en la falta de cooperación, desarrollo de productos e inteligencia competitiva, que ya había sido anotada como potencial de crecimiento al inicio del libro. Una conclusión importante en este sentido es el uso que las empresas están haciendo de las TIC y el reconocimiento de su importancia para el desarrollo empresarial. El capítulo cuarto explora la dimensión y oportunidades del mercadeo interno en las empresas de turismo en Santa Marta como estrategia de fortalecer la competitividad, y su posible fortalecimiento a partir del uso de las TIC, especialmente en aquellas donde esto no representa una inversión nueva de capital.

Estas cuatro visiones de la competitividad y su creciente articulación con el uso de las TIC, enfocadas incrementalmente al sector turístico de la región, sirven como contexto para entrar en el tema central del quinto proyecto de investigación relacionado con el turismo corporativo y el uso estratégico de las TIC para su fortalecimiento. El capítulo quinto ofrece una panorámica de las iniciativas de turismo dentro de la modalidad '*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*', más conocida como MICE, que representa un conjunto de corrientes turísticas que se desarrollan teniendo como foco el turismo corporativo. El documento propone algunas recomendaciones de dinamización de este modelo de turismo apoyándose tanto en la infraestructura de las TIC, como en el amplio y familiar uso de estas tecnologías a través de las redes sociales y otras herramientas de comunicación, lo cual conduce al ámbito de la tecnología como

herramienta de competitividad en el turismo corporativo, que se desarrolla en el capítulo seis. Las TIC contribuyen al mejoramiento de la calidad, por un lado, originando ahorro de costos, y por otro, optimizando los procesos. Sin embargo, estas ventajas vienen con un costo: las nuevas tecnologías aplicadas en el sector turístico requieren de un aumento de la demanda de cualificación de los trabajadores. Los avances producidos por las TIC en el segmento del turismo corporativo han permitido alcanzar altos niveles de satisfacción e interactividad en la relación prestador de servicio-cliente, creando un ambiente colaborativo más exigente y propicio a la mejora de la calidad de los servicios.

Una de las particularidades de este quinto proyecto de investigación, que es a su vez su fortaleza, tiene que ver con la relación sinérgica de la universidad, la empresa y el Estado, que es descrita en el capítulo siete. Esta estrategia del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología se concentra en el desarrollo y gestión de proyectos de ciencia, tecnología e innovación que permeen en el sistema económico y faciliten la eficiencia en el uso de recursos y soluciones adaptables a las diferentes situaciones que el entorno presenta para las organizaciones. La coalición de los tres actores involucrados proporciona mayores recursos y capacidades, fundamentos que dan músculo a los proyectos en aras a obtener mayor impacto social. Sin embargo, es preciso replantear los roles de esta coalición triple para incentivar la co-creación que garantice productos adecuadamente alineados con los requerimientos del entorno y soportados por un desarrollo científico que atienda las prioridades de desarrollo del país.

El capítulo ocho presenta el modelo de negocio que sustenta la plataforma diseñada y construida durante el proyecto; muestra la solución tecnológica orientada a fortalecer las ventajas compe-

titivas de la región Caribe colombiana en el segmento especializado de turismo de negocios y/o de reuniones, y ofrece una descripción de la propuesta de valor.

En los dos últimos capítulos se describen los diferentes componentes del proyecto de diseño y puesta en servicio de una plataforma para articular la cadena de proveedores del turismo corporativo en la región. El último capítulo retoma la visión articulada de los cinco proyectos y discute la pertinencia y coherencia de los resultados encontrados.