



# Revista Venezolana de Gerencia





# Innovación tecnológica en la gestión hotelera colombiana

**Meza Andrade, Lina Marcela\***  
**Herrera Estrada, Katy Cecilia\*\***

## Resumen

El presente estudio aborda el problema de la limitada integración de sistemas de información innovadores en la gestión hotelera del Hotel Castillo del Mar, ubicado en el Distrito Turístico y Cultural de Riohacha, lo que afecta la optimización de procesos y la experiencia del cliente. La justificación radica en la necesidad de mejorar la competitividad y eficiencia del sector hotelero regional mediante la adopción de tecnologías emergentes. El objetivo principal fue analizar la relación entre la innovación y el uso de sistemas de información en la gestión de servicios del hotel, identificando requerimientos funcionales para el diseño de soluciones tecnológicas adecuadas. Se aplicó un enfoque cuantitativo descriptivo, utilizando un diseño no experimental transversal y una muestra censal de cinco empleados con acceso directo al sistema de información, a quienes se les aplicó un cuestionario tipo Likert para la recolección de datos. Los resultados indican que el personal reconoce la importancia de la innovación tecnológica y muestra una actitud favorable hacia la implementación de sistemas digitales; sin embargo, existen limitaciones estructurales y operativas que dificultan la completa transformación tecnológica. Se identificaron requerimientos clave como la integración de funciones de gestión de reservas, comunicación interna eficiente y seguimiento personalizado al cliente. La investigación concluye que la innovación mediante sistemas de información es fundamental para optimizar procesos, mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la competitividad del hotel en un mercado digitalizado. No obstante, se evidenció la necesidad de superar barreras organizacionales para maximizar el impacto de estas tecnologías. Se recomienda ampliar estudios en contextos similares e incorporar variables como sostenibilidad digital y cultura organizacional para profundizar el análisis.

**Palabras clave:** innovación; sistemas de información; gestión hotelera; tecnología; competitividad.

**Recibido:** 30.06.25

**Aceptado:** 17.09.25

\* Ingeniera de Sistemas. Magíster en Pedagogía de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Docente en la Universidad de La Guajira, con sede en Riohacha, La Guajira, Colombia. Correo electrónico: [linameza@uniguajira.edu.co](mailto:linameza@uniguajira.edu.co), ORCID es <https://orcid.org/0000-0003-3510-1285>.

\*\* Ingeniera de Sistemas. Magíster en Pedagogía de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Universidad de La Guajira, con sede en Riohacha, La Guajira, Colombia. Correo electrónico: [katyherrera@uniguajira.edu.co](mailto:katyherrera@uniguajira.edu.co), ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-2275-3755>.

# Technological innovation in Colombian hotel management

## Abstract

This study addresses the limited integration of innovative information systems in the hotel management of the Hotel Castillo del Mar, located in the Tourist and Cultural District of Riohacha, which affects process optimization and customer experience. The justification lies in the need to improve the competitiveness and efficiency of the regional hotel sector through the adoption of emerging technologies. The main objective was to analyze the relationship between innovation and the use of information systems in hotel service management, identifying functional requirements for the design of appropriate technological solutions. A descriptive quantitative approach was applied, using a non-experimental cross-sectional design and a census sample of five employees with direct access to the information system, who were administered a Likert-type questionnaire for data collection. The results indicate that the staff recognizes the importance of technological innovation and displays a favorable attitude toward the implementation of digital systems; however, there are structural and operational limitations that hinder a complete technological transformation. Key requirements were identified, such as the integration of reservation management functions, efficient internal communication, and personalized customer follow-up. The research concludes that innovation through information systems is essential for optimizing processes, improving user experience, and strengthening hotel competitiveness in a digitalized market. However, it was evident that organizational barriers need to be overcome to maximize the impact of these technologies. It is recommended that further studies be conducted in similar contexts and that variables such as digital sustainability and organizational culture be incorporated to further the analysis.

**Keywords:** innovation; information systems; hotel management; technology; competitiveness.

## 1. Introducción

Durante las últimas décadas, el turismo experimentó una expansión constante y una creciente diversificación, consolidándose como uno de los sectores económicos con mayor dinamismo a nivel mundial. Este comportamiento ascendente no solo evidenció la resiliencia del sector frente a múltiples crisis globales, sino también su capacidad para generar

impactos significativos en el crecimiento económico, la generación de empleo, la valorización del patrimonio cultural y el fortalecimiento del desarrollo regional. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2017 la industria turística creció un 4,6%, superando el promedio del crecimiento del PIB mundial del mismo año, y representó el 10% del producto global, constituyéndose como el tercer sector comercial más importante del planeta. Además, se

estimó que una de cada diez personas trabajaba, directa o indirectamente, en actividades relacionadas con el turismo (Orus, 2024).

Este crecimiento ha sido especialmente relevante en América Latina, donde países como Colombia, Chile, Argentina y Panamá experimentaron una transformación en sus economías regionales y en la infraestructura turística, caracterizada por la apertura de nuevos hoteles, el fortalecimiento de aerolíneas y la estructuración de destinos naturales y artificiales. Según Fernández et al. (2023), el turismo mundial llegó a aportar 2,8 billones de dólares al PIB, superando ampliamente a sectores tradicionales como la minería o la agricultura, y generó 319 millones de empleos, de los cuales 44 millones fueron en el continente americano.

En este escenario, la innovación tecnológica se consolidó como uno de los factores estratégicos más relevantes para la transformación del sector turístico y hotelero. Spoladore, Pessot y Sacco (2022) explicaron que el crecimiento de este sector depende de la interacción entre turistas, destinos y empresas turísticas, articuladas mediante procesos innovadores. A su vez, Abreu, Liberato y García (2022) destacaron que tanto la tecnología como el turismo se encuentran entre las industrias de mayor crecimiento e impacto en la economía global, debido a su capacidad de adaptación, transformación digital y respuesta a los nuevos desafíos del mercado. No obstante, la mayoría de las empresas turísticas en América Latina están conformadas por micro, pequeñas y medianas organizaciones, muchas de ellas familiares, con limitaciones estructurales para asumir procesos sistemáticos de innovación.

Desde una perspectiva global, la innovación se ha convertido en una necesidad ineludible frente a los desafíos actuales que enfrenta la humanidad, tales como el cambio climático, las pandemias, la criminalidad transnacional y la degradación ambiental (Gutsche, 2020; Otero, 2021). En palabras de Schlesinger (2018), estos problemas exigen soluciones radicales basadas en procesos innovadores y creativos que se adapten a entornos complejos y cambiantes. En el caso del turismo, esta necesidad es aún más apremiante debido a su carácter multifacético, transdisciplinario y territorialmente diversificado. De allí que el sector turístico se mantenga en un proceso continuo de transformación e innovación, respondiendo a las exigencias de un mercado cada vez más globalizado, digitalizado y competitivo.

Particularmente en el sector hotelero, la innovación tecnológica ha demostrado ser una herramienta clave para aumentar la competitividad y sostenibilidad de las empresas (Figuerola, 2019; Olivella, 2020). Sigala y Rahimi (2019) señalaron que las organizaciones hoteleras que adoptan tecnologías digitales no solo mejoran su eficiencia operativa, sino que también logran posicionarse mejor en el mercado y optimizar la experiencia del cliente. No obstante, el Informe de la OMT (2017) identificó que la mayoría de las innovaciones en este sector se concentran en productos y procesos, con poca atención a los aspectos organizacionales y a la gestión del conocimiento. Además, solo una minoría de empresas turísticas reconoce la innovación como una prioridad estratégica: según Tejedor et al. (2023), apenas el 20% de las pequeñas y medianas organizaciones turísticas

manifiestan incorporar la innovación dentro de sus objetivos centrales.

En este contexto, Colombia ha venido dando pasos importantes en la consolidación de su oferta turística dentro del mercado global, aunque su desempeño en materia de innovación tecnológica en el sector sigue siendo limitado. En el Índice Global de Innovación (IGI), el país se mantuvo en el puesto 66 entre los años 2022 y 2023 (Cuartas, 2024), lo cual evidencia que aún existen brechas importantes en términos de desarrollo e implementación de tecnologías aplicadas al turismo. A pesar del potencial turístico de la región Caribe colombiana, ciudades como Riohacha no han logrado posicionarse como destinos turísticos competitivos a nivel nacional e internacional (Escobar et al., 2023). De hecho, según la Cámara de Comercio de La Guajira (2024), durante la Semana Santa de 2024 la ocupación hotelera promedio en Riohacha fue de solo 47,1%, reflejando una caída del 9,1% respecto al año anterior.

El Hotel Castillo del Mar, ubicado en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, representa un caso paradigmático de las limitaciones actuales que enfrenta la hotelería regional en Colombia. Aunque esta unidad de negocio ha logrado posicionarse localmente, su operatividad sigue dependiendo de procesos manuales, como la gestión de reservas, inventarios y atención al cliente, lo que incrementa los márgenes de error y reduce la capacidad de respuesta frente a las demandas del mercado. Además, la ausencia de un sistema automatizado que integre las operaciones internas ha limitado la posibilidad de aprovechar los beneficios de la transformación digital, afectando la experiencia del cliente y reduciendo la competitividad del hotel

frente a otras opciones tecnológicamente más avanzadas.

En este sentido, el objetivo del trabajo es analizar la relación entre la innovación y el uso de sistemas de información en la gestión de servicios del Hotel Castillo del Mar, identificando los requerimientos funcionales para el diseño e implementación de soluciones tecnológicas que mejoren la eficiencia operativa, optimicen los procesos internos y eleven la experiencia del cliente, contribuyendo así a fortalecer la competitividad del hotel en un contexto regional digitalizado.

Desde una perspectiva académica y aplicada, esta investigación aportó fundamentos teóricos y empíricos para comprender la importancia de la innovación en la gestión hotelera como factor de desarrollo económico y social. Su relevancia se sustentó en el hecho de que un hotel eficiente e innovador no solo cumple con sus obligaciones fiscales, sino que también genera empleo, dinamiza la economía local y mejora la imagen del destino turístico. En consecuencia, promover la innovación tecnológica en la hotelería colombiana no solo resulta pertinente, sino también urgente, ante la creciente demanda de turistas que buscan experiencias más personalizadas, digitales y de alta calidad.

En suma, esta investigación se orientó a contribuir al fortalecimiento del sector hotelero del Distrito Turístico y Cultural de Riohacha a partir de la implementación de herramientas digitales innovadoras. Frente a los retos actuales de competitividad, digitalización y exigencias del cliente, se hizo evidente la necesidad de adoptar modelos de gestión apoyados en tecnologías de la información, que garanticen eficiencia operativa y sostenibilidad a largo plazo.

El desarrollo del sistema de información propuesto buscó dar respuesta a estos desafíos, promoviendo una cultura organizacional orientada a la innovación y a la mejora continua en la prestación de los servicios turísticos.

## **2. Innovación tecnológica y sistemas de información en la gestión hotelera**

La innovación se ha constituido como un factor esencial para el desarrollo económico y la transformación de las industrias, especialmente en contextos marcados por la globalización, la aceleración tecnológica y la competitividad de los mercados. En el sector turístico, y más específicamente en el hotelaría, la innovación representa no solo una ventaja competitiva, sino también una respuesta estratégica a los cambios en las expectativas de los consumidores, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y las exigencias en la calidad de los servicios. Desde sus primeras conceptualizaciones, la innovación ha sido asociada tanto a la generación de conocimiento como a su aplicación práctica, orientada a mejorar procesos, productos y estructuras organizacionales. Como lo señala Heredia (2024), la innovación no es un fenómeno reciente, sino un proceso inherente a la evolución de la humanidad, presente desde la invención de herramientas rudimentarias hasta el surgimiento de las tecnologías digitales que hoy configuran nuestras sociedades.

A comienzos del siglo XX, cuando las ciencias sociales aún se encontraban en construcción, la innovación no ocupaba un lugar central en la agenda de los investigadores. No obstante, esta situación cambió significativamente a

partir de la Segunda Guerra Mundial, cuando los países industrializados, particularmente Estados Unidos, comprendieron la importancia estratégica del desarrollo tecnológico tanto para fines militares como civiles. En este contexto, la innovación comenzó a ser considerada un motor clave del progreso, una visión que se consolidó con los aportes del economista Joseph Schumpeter. Este autor propuso una teoría del desarrollo económico basada en la innovación y en el papel del empresario como agente disruptivo del equilibrio, destacando la función de las “nuevas combinaciones” de recursos como impulsores del crecimiento (Campos y Turienzo, 2024; Echeverría, 2024; Langenfeld, 2019). Para Schumpeter (2021), la innovación podía manifestarse en cinco formas: la introducción de nuevos productos, la adopción de nuevos métodos de producción, la apertura de nuevos mercados, la conquista de nuevas fuentes de materias primas y la creación de nuevas formas de organización empresarial.

Esta perspectiva fue retomada y enriquecida por el Manual de Oslo, referencia central en los estudios contemporáneos sobre innovación, el cual definió cuatro tipos principales: innovación de producto, de proceso, de marketing y organizacional (OCDE, 2018). Asimismo, este manual introdujo la distinción entre innovaciones incrementales y radicales. Las primeras corresponden a mejoras progresivas dentro de procesos o productos existentes, mientras que las segundas implican transformaciones disruptivas que pueden redefinir industrias enteras. Este enfoque se alinea con lo propuesto por Keklik (2019), quien enfatiza la necesidad de comprender los determinantes estructurales,

organizativos y cognitivos de la innovación, así como su impacto en distintos niveles sociales y económicos.

En la literatura más reciente, diversos autores han coincidido en señalar que la innovación no puede entenderse como un fenómeno exclusivamente tecnológico. Por el contrario, es un proceso sistémico que involucra factores organizacionales, institucionales y humanos. Autores como Phimister y Torruella (2020), Pérez (2019) y Trabizi (2024) han coincidido en destacar que la innovación implica cambios sustantivos en la forma en que se generan, procesan y aplican ideas novedosas dentro de las organizaciones, y que su éxito depende de la capacidad de estas para gestionar el conocimiento, el aprendizaje organizacional y la adaptación al cambio. En este sentido, la innovación en el sector hotelero no solo debe evaluarse por la adopción de nuevas tecnologías, sino también por la transformación de prácticas, culturas empresariales y estructuras operativas.

A nivel aplicado, la relación entre innovación y tecnología ha sido ampliamente documentada en la industria turística. El turismo, por su naturaleza dinámica y global, ha sido profundamente impactado por la digitalización y la emergencia de nuevas herramientas de gestión. En particular, los sistemas de información han transformado las formas de operar de los hoteles, permitiendo automatizar procesos, mejorar la atención al cliente y facilitar la toma de decisiones basada en datos (Kang et al., 2012; Laudon & Laudon, 2020). Según Buhalis y Law (2008), el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) revolucionó el sector turístico, al permitir una mayor eficiencia en la gestión de reservas, inventarios y relaciones con

los clientes. Esta transformación ha sido clave para enfrentar las exigencias del mercado global y responder a una demanda cada vez más personalizada, inmediata y exigente.

En esta misma línea, Sigala & Chalkiti (2014) plantearon que los sistemas de gestión hotelera, como los Property Management Systems (PMS), han permitido integrar múltiples funciones dentro de una única plataforma tecnológica, optimizando desde la administración del personal hasta la estrategia comercial. A su vez, O'Connor (2018) subrayó el impacto positivo de los sistemas de reservas en línea, los cuales no solo facilitaron la desintermediación del mercado, sino que mejoraron la experiencia del usuario al permitirle autonomía, rapidez y confiabilidad en la gestión de sus viajes. Este cambio ha sido fundamental para redefinir el modelo de negocios hotelero, que ha pasado de depender de operadores tradicionales a establecer canales directos de comunicación y venta con el cliente final.

Otro componente relevante lo constituyen los sistemas de gestión de la relación con el cliente (CRM), los cuales, según Law, Buhalis y Cobanoglu (2014), han permitido personalizar los servicios ofrecidos mediante el análisis de datos sobre las preferencias y comportamientos de los huéspedes. A través de estos sistemas, los hoteles no solo mejoran la satisfacción del cliente, sino que también desarrollan estrategias de fidelización y retención con un enfoque más preciso y eficiente (Xiang et al., 2015). Asimismo, las herramientas de inteligencia de negocios (BI), analizadas por Chen, Chiang y Storey (2012), han cobrado importancia en la predicción de tendencias, la segmentación del mercado y la optimización de recursos.



Estas plataformas, al procesar grandes volúmenes de datos (Big Data), permiten identificar patrones de comportamiento, evaluar el desempeño y tomar decisiones estratégicas con mayor fundamento.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017), la digitalización se convirtió en una tendencia irreversible en el turismo, reconfigurando profundamente la cadena de valor de los servicios. Los hoteles que no adoptan herramientas tecnológicas avanzadas pierden terreno frente a competidores más ágiles, capaces de ofrecer experiencias más fluidas y adaptadas a las expectativas del cliente contemporáneo. Esto se vuelve aún más relevante en destinos emergentes como Colombia, donde la innovación tecnológica en la hotelería puede convertirse en un diferenciador clave para atraer turismo nacional e internacional, aumentar la ocupación hotelera y dinamizar las economías locales.

En cuanto a los tipos específicos de sistemas utilizados, Poon (2003) identificó cuatro categorías fundamentales para el sector hotelero: los PMS, que centralizan las operaciones diarias; los CRS (sistemas de reservas centralizadas), que facilitan la disponibilidad en tiempo real y reducen errores; los CRM, que permiten una atención personalizada; y los sistemas BI, que optimizan la gestión estratégica. Cada uno de estos sistemas cumple un papel clave en la innovación organizacional, al permitir a los hoteles responder de forma flexible y eficiente a un entorno competitivo.

Autores como Hjalager (2010) y Buhalis y O'Connor (2005) han señalado que la verdadera innovación en los sistemas de información no radica únicamente en la adquisición de tecnologías de punta, sino en

la capacidad organizacional para integrarlas en procesos coherentes, centrados en el cliente y adaptados a las particularidades del entorno. En este sentido, la innovación tecnológica en la gestión hotelera debe ser vista como un proceso integral que abarca desde la conceptualización estratégica hasta la implementación operativa, pasando por el desarrollo de capacidades organizacionales, la formación del talento humano y el establecimiento de culturas empresariales orientadas al cambio y la mejora continua.

### **3. Aspectos metodológico de la investigación**

La presente investigación se sustentó en una estrategia metodológica cuidadosamente diseñada para garantizar su validez y confiabilidad, orientada al logro de los objetivos propuestos y al abordaje riguroso del objeto de estudio. Para ello, se precisó el tipo de investigación, el enfoque epistemológico, la población y muestra consideradas, los instrumentos de recolección de datos utilizados, así como las técnicas aplicadas en el análisis e interpretación de la información recolectada. En consonancia con el planteamiento de Baena (2017), la investigación fue concebida como un acto dinámico de cuestionamiento, indagación y profundización constante, orientado a la revelación de fenómenos específicos en contextos delimitados. A esta concepción se sumaron los aportes de Cohen y Gómez (2019), quienes señalaron que el objetivo de la investigación consiste en el descubrimiento de respuestas a preguntas formuladas mediante procedimientos científicos.

El enfoque adoptado en este



estudio fue de tipo cuantitativo, dado que se requirió recolectar, procesar y analizar datos mensurables para identificar tendencias, relaciones y patrones dentro del fenómeno investigado. Hernández et al. (2017) definieron el enfoque cuantitativo como aquel que utiliza la recolección de datos mediante técnicas estructuradas, con el propósito de descubrir, afinar o probar hipótesis, interpretadas a través de procedimientos estadísticos. En este sentido, se aplicaron instrumentos de medición, cuyos resultados fueron codificados y representados en tablas y gráficos, permitiendo la posterior verificación de hipótesis y la interpretación objetiva de los hallazgos obtenidos.

Con respecto al tipo de investigación, se definió como descriptiva, dado que se centró en observar, registrar, analizar e interpretar de manera detallada las características esenciales del fenómeno estudiado. Tamayo y Tamayo (2012) argumentaron que los estudios descriptivos permiten caracterizar de manera precisa la naturaleza de las variables o situaciones investigadas, sin establecer relaciones causales entre ellas. En la misma línea, Hernández et al. (2017) afirmaron que este tipo de estudios busca especificar las propiedades más importantes de personas, organizaciones o procesos, midiendo de forma independiente los conceptos y variables relevantes.

En el caso de esta investigación, se analizaron dos variables fundamentales: los sistemas de información y la innovación en la gestión de servicios, con el objetivo de describir los procesos operativos del Hotel Castillo del Mar, en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, sus necesidades tecnológicas, el diseño del sistema de información en función

de los requerimientos detectados, y la integración de tecnologías emergentes para optimizar la experiencia del cliente y la eficiencia organizativa.

El diseño metodológico fue de tipo no experimental y de corte transversal. Según Hernández et al. (2017), la investigación no experimental se caracteriza por la ausencia de manipulación deliberada de las variables, permitiendo observar los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural. Asimismo, su carácter transversal radicó en que la recolección de los datos se realizó en un solo momento temporal, con el propósito de describir y analizar su incidencia en ese instante particular. Este diseño permitió capturar información precisa sobre el estado actual de la gestión de servicios en el hotel, así como la percepción del personal respecto a las posibles mejoras a través de un sistema de información integrado.

En relación con la población objeto de estudio, esta se definió como el conjunto total de unidades de análisis directamente vinculadas con el fenómeno investigado. De acuerdo con Tamayo y Tamayo (2012), la población representa la totalidad del fenómeno en estudio y está compuesta por todas las entidades que comparten características comunes y que deben ser cuantificadas. Para esta investigación, la población estuvo constituida por cinco empleados del Hotel Castillo del Mar, quienes laboran en diferentes departamentos del establecimiento y que, por su rol funcional, tienen acceso al sistema de información y participan activamente en los procesos de gestión operativa.

Esta selección respondió a la necesidad de contar con informantes clave, familiarizados con los servicios ofrecidos y las operaciones que se llevan

a cabo diariamente.

En cuanto a la muestra, se aplicó un censo poblacional, dado que el tamaño de la población era reducido. Tamayo y Tamayo (2012) definieron la muestra como el conjunto de operaciones realizadas para estudiar la distribución de ciertos caracteres dentro de una población, a partir de la observación de una fracción representativa. No obstante, en estudios con poblaciones pequeñas, como es el caso, el censo se considera la técnica más adecuada, ya que permite incorporar a todos los individuos del universo de estudio, asegurando una cobertura total y evitando sesgos derivados de la selección muestral. Esta decisión metodológica garantizó la exhaustividad de la recolección de datos, contribuyendo a la validez interna del estudio.

Para la recolección de datos se empleó la técnica del cuestionario estructurado, por su rapidez, eficiencia y precisión. El cuestionario representa un instrumento idóneo para medir actitudes, percepciones y comportamientos, especialmente cuando se administra en poblaciones accesibles y delimitadas. En este estudio, se diseñó un cuestionario basado en la escala de Likert de cinco puntos, que permitió capturar con detalle las opiniones de los trabajadores del hotel respecto al uso actual de herramientas tecnológicas, las limitaciones observadas en la gestión operativa y las oportunidades de mejora vinculadas al diseño de un sistema de información más eficiente.

El análisis de los datos obtenidos se desarrolló a través de una evaluación de las soluciones de software utilizadas en el sector hotelero, considerando su posible impacto en la eficiencia del Hotel Castillo del Mar. El análisis de datos constituye la etapa en la cual se organiza,

estructura e interpreta la información recolectada, transformándola en argumentos que responden a las preguntas de investigación. Este proceso implicó identificar patrones, tendencias, diferencias y similitudes entre las respuestas obtenidas, con el objetivo de detectar relaciones y divergencias entre las variables estudiadas. Como parte de este proceso, se procedió a la edición, codificación y digitación de los datos, a fin de detectar posibles errores u omisiones que pudieran afectar la calidad del análisis. Finalmente, siguiendo a Baena (2017), el análisis de datos fue concebido como un proceso de ordenación, manipulación y resumen de la información, orientado a reducir los datos brutos y transformarlos en evidencia significativa para la investigación.

#### **4. Evaluación sobre la innovación y el uso de sistemas de información en la gestión hotelera**

A continuación, se expone y analiza los resultados obtenidos en el marco del diagnóstico realizado al Hotel Castillo del Mar, ubicado en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha. Se presentan los datos recolectados a través del cuestionario aplicado a los cinco empleados de las diferentes dependencias del hotel, quienes tienen contacto directo con las operaciones relacionadas con los sistemas de información y la gestión de servicios. El objetivo fue identificar la percepción del personal respecto a la eficiencia de los procesos actuales, el uso de tecnologías disponibles, las limitaciones operativas existentes y el potencial de innovación a través de soluciones informáticas.

Los resultados permiten observar, en primer lugar, una visión general sobre los procesos actuales de gestión. A través de la tabla 1, se presentan los niveles de satisfacción percibidos en

relación con los procesos operativos actuales, midiendo variables clave como atención al cliente, gestión de reservas, control de inventario y coordinación interdepartamental.

**Tabla 1**  
**Nivel de satisfacción con los procesos de gestión actuales en el Hotel Castillo del Mar (escala Likert de 1 a 5)**

Dimensión evaluada	Media	Moda	Desviación estándar
Atención al cliente	3.8	4	0.45
Gestión de reservas	2.6	3	0.89
Control de inventario	2.2	2	0.83
Coordinación entre departamentos	2.4	2	0.55

Los datos evidenciaron que, si bien la atención al cliente es percibida como adecuada, con una media de 3.8, existen debilidades significativas en el resto de los procesos administrativos, especialmente en el control de inventario (media 2.2) y la coordinación interdepartamental (media 2.4). Esta situación sugiere la necesidad de fortalecer los sistemas de gestión internos a través de herramientas

digitales más integradas y eficientes.

En cuanto al uso actual de tecnologías para la gestión de servicios, se analizaron aspectos relacionados con el acceso, utilidad y nivel de integración de los sistemas de información. La tabla 2 muestra las respuestas sobre la disponibilidad y funcionalidad de herramientas tecnológicas en áreas críticas.

**Tabla 2**  
**Uso actual de tecnologías digitales por área funcional**

Área funcional	¿Cuenta con sistema digital?	¿El sistema es eficiente?	¿Permite integración con otras áreas?
Recepción / Check-in	Sí	Sí	Parcialmente
Gestión de habitaciones	Parcialmente	No	No
Gestión de inventario	No	No	No
Atención al cliente	Sí	Sí	Parcialmente
Facturación y cobros	Sí	Sí	Sí

Se constató que sólo los procesos vinculados a la recepción, facturación y atención al cliente cuentan con herramientas digitales de apoyo. Sin embargo, estas soluciones son parciales, carecen de integración entre departamentos y, en algunos

casos, presentan limitaciones en su funcionalidad. Las áreas de gestión de habitaciones e inventario carecen completamente de sistemas digitalizados, lo que representa una barrera operativa significativa para la eficiencia general del hotel.

En relación con la percepción del personal sobre la innovación tecnológica, se consultó sobre el nivel de apertura hacia la adopción de nuevas tecnologías, así como sobre los

beneficios esperados de un sistema de información moderno. La tabla 3 refleja la opinión de los trabajadores sobre el impacto potencial de la implementación de un sistema de gestión integral.

**Tabla 3**  
**Percepción sobre los beneficios de implementar un sistema de información hotelero**

Posibles beneficios identificados	% de respuestas afirmativas
Mejora en la calidad del servicio al cliente	100%
Mayor control sobre reservas y disponibilidad	100%
Optimización de inventario y recursos	80%
Mejora en la comunicación entre departamentos	80%
Reducción de errores administrativos	100%
Aumento en la competitividad del hotel	100%

Los resultados reflejaron un consenso absoluto en cuanto al valor de la innovación tecnológica para optimizar procesos, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la competitividad del hotel. El 100% de los encuestados manifestó que la adopción de un sistema de información moderno permitiría disminuir errores administrativos y mejorar la eficiencia en la atención al huésped. Asimismo, el 80% coincidió en que también facilitaría la comunicación interna y el manejo del inventario, dos de los puntos más débiles identificados en la tabla 1.

De igual modo, se solicitó a los participantes que evaluaran el nivel de prioridad que debería tener el desarrollo de un sistema de información personalizado en el contexto actual del hotel. El 100% de los encuestados coincidió en calificar esta acción como prioritaria y urgente, dada la necesidad de adaptar la gestión operativa a las exigencias del turismo digital contemporáneo.

Los resultados obtenidos en el

Hotel Castillo del Mar revelaron una realidad operativa en la que, pese a la disposición favorable del personal hacia la innovación, existe una implementación parcial y fragmentada de tecnologías de gestión. En el caso analizado, algunas áreas cuentan con herramientas digitales limitadas y otras, como la gestión de inventarios, carecen completamente de soporte tecnológico, lo que refleja una brecha en el desarrollo tecnológico que afecta directamente la eficiencia del servicio.

Desde el marco conceptual, el Manual de Oslo (2018) definió la innovación como la implementación de productos, procesos, métodos de marketing u organizacionales nuevos o significativamente mejorados. Bajo esta lógica, el sistema de información propuesto y requerido por el hotel puede catalogarse como una innovación de tipo organizacional y de procesos, en tanto busca transformar la forma de gestionar servicios, integrar áreas funcionales y mejorar la experiencia del cliente mediante la digitalización. Este

tipo de innovación, como lo señalaron Schumpeter (2021) y Trabizi (2024), representa un cambio relevante en la estructura productiva y organizativa, capaz de generar ventajas competitivas sostenibles.

Asimismo, la literatura revisada destacó que la innovación en el turismo y la hotelería responde a múltiples factores, como el desarrollo tecnológico, la sostenibilidad y la individualización de los servicios. En este sentido, los empleados del Hotel Castillo del Mar coincidieron en que la implementación de un sistema moderno de gestión permitiría mejorar significativamente la atención al cliente, personalizar la oferta de servicios y reducir errores administrativos. Estos elementos constituyen indicadores clave de innovación en el sector, lo que confirma la pertinencia del diseño de una solución tecnológica adaptada a las necesidades del hotel.

Además, los hallazgos empíricos refuerzan las afirmaciones de autores como Buhalis & Law (2008); Sigala & Rahimi (2019), quienes argumentaron que el uso de tecnologías de la información y los sistemas de gestión hotelera (PMS, CRS, CRM, BI) han transformado radicalmente el sector, permitiendo una mayor eficiencia, mejor comunicación interna y experiencias personalizadas para los clientes. Sin embargo, en el caso particular de este estudio, se comprobó que el Hotel Castillo del Mar aún no ha logrado integrar estas herramientas de manera sistémica, lo que limita su competitividad en un mercado turístico cada vez más digitalizado.

Por otro lado, los resultados revelan una conciencia clara por parte del personal sobre los beneficios de la innovación. La disposición positiva hacia el cambio, evidenciada en un

100% de las respuestas afirmativas sobre la importancia de contar con un sistema integral, demuestra que existe capital humano dispuesto a participar en procesos de mejora e innovación tecnológica.

Esta apertura al cambio permite articular el concepto de innovación incremental, tal como lo expusieron Keklik (2019) y Schumpeter (2021), ya que los empleados no necesariamente demandan un cambio radical inmediato, sino mejoras concretas en procesos clave como la gestión de reservas, la coordinación entre departamentos y el control de inventarios. Esta perspectiva se alinea con la estrategia de innovación orientada al usuario, descrita por Campos y Turienzo (2024), en la que las soluciones emergen de la interacción entre el conocimiento técnico y las necesidades operativas cotidianas.

La digitalización generó una desintermediación de agentes tradicionales y una mayor capacidad de adaptación a los cambios del mercado, en Riohacha el impulso hacia la adopción de un sistema informático integral podría significar una reconfiguración operativa y estratégica del hotel, orientada a fortalecer su posicionamiento en el mercado turístico regional.

Los resultados de esta investigación permitieron validar empíricamente lo expuesto en el marco teórico: que la innovación y los sistemas de información no solo mejoran la operatividad hotelera, sino que son hoy componentes indispensables para la competitividad. Sin embargo, también revelaron que su adopción requiere más que voluntad institucional: demanda recursos, planificación estratégica y un acompañamiento técnico sostenido para superar las barreras estructurales y lograr una transformación digital efectiva.

## 5. Conclusiones

La investigación permite analizar de manera sistemática la relación entre la innovación y el uso de sistemas de información en la gestión hotelera, tomando como caso de estudio el Hotel Castillo del Mar en el Distrito Turístico y Cultural de Riohacha. Se describe con detalle los procesos actuales de gestión de servicios, se identifican los requerimientos funcionales necesarios para el diseño de un sistema de información acorde a las necesidades del establecimiento y se demuestra la importancia de integrar tecnologías emergentes como vía para mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos internos. Los resultados obtenidos evidencian una disposición favorable por parte del personal hacia la implementación de soluciones digitales, aunque también se detectan limitaciones estructurales y operativas que impiden una transformación tecnológica plena. En términos teóricos, el estudio afianza los vínculos conceptuales entre innovación, tecnología y competitividad en el sector turismo, mientras que, en el plano práctico, ofrece una base sólida para futuras decisiones de mejora e inversión tecnológica en contextos hoteleros regionales. Asimismo, se establece que los sistemas de información no solo constituyen herramientas operativas, sino que también actúan como instrumentos estratégicos para la generación de valor, diferenciación en el mercado y sostenibilidad del negocio. La investigación se consolida como un aporte significativo para la comprensión de las dinámicas tecnológicas en hoteles de mediana escala, aunque se reconoce como principal limitación el tamaño reducido de la muestra y la ausencia de un análisis longitudinal que permita valorar

los efectos de largo plazo. Se recomienda que estudios posteriores amplíen la muestra a otros establecimientos, integren variables como sostenibilidad digital, automatización y cultura organizacional, y profundicen en el impacto de estas innovaciones sobre la experiencia del usuario y la rentabilidad empresarial. En conclusión, se reafirma que la implementación de sistemas de información diseñados desde una lógica de innovación contextualizada representa una estrategia clave para el fortalecimiento de la gestión hotelera en entornos cada vez más competitivos y digitalizados.

## Referencias

- Abreu, A., Liberato, D., & García, J. (2022). *Avances en turismo, tecnología y sistemas*. Springer.
- Baena, G. M. E. (2017). *Metodología de la investigación* (3ra. ed.). Grupo Editorial Patria.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buhalis, D., & O'Connor, P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 7–16. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081482>
- Cámara de Comercio de La Guajira. (2024, 19 de abril). *Dinámica del turismo durante Semana Santa 2024 en La Guajira*. [https://camaraguajira.org/camara-de-comercio-presenta-resultados-de-la-renovacion-2024-2/?utm\\_source=chatgpt.com](https://camaraguajira.org/camara-de-comercio-presenta-resultados-de-la-renovacion-2024-2/?utm_source=chatgpt.com)

- Campos, J., & Turienzo, L. (2024). *Innovación en retail: Claves para competir y crecer en un mercado disruptivo*. Ediciones Kindle.
- Chen, H., Chiang, R. H. L., & Storey, V. C. (2012). Business intelligence and analytics: From big data to big impact. *MIS Quarterly*, 36(4), 1165–1188. <https://doi.org/10.2307/41703503>
- Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué?: La producción de los datos y los diseños*. Teseo.
- Cuartas, J. (2024, 6 de marzo). *Por qué un turismo personalizado puede impulsar el crecimiento del sector en Colombia; esto dicen los expertos*. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2024/03/06/negocios/tendencias-y-desafios-del-turismo-en-colombia-2024>
- Echeverría, A. (2024). *Innovación disruptiva para emprendedores: Transformando el futuro*. Ediciones Kindle.
- Escobar, M., Mercado, M., & Cormane, M. (2023). La parahotelería en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta (Colombia) y sus alrededores. *Cuadernos de Turismo*, 52, 23–44. <https://doi.org/10.6018/turismo.593411>
- Fernández, E., Díez, J., Aspachs, O., Jódar, S., & Ibáñez, J. (2023). *Turismo: Informe sectorial*. CaixaBank Research. <https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/content/file/2023/08/01/91184/IS%20Turismo%201%202023%20CAST.pdf>
- Figuerola, M. (2019). *Modelos de gestión e innovación en turismo*. Aranzadi.
- Gutsche, L. (2020). *Manual de creación de futuro e innovación: Tácticas para el pensamiento disruptivo*. Fast Company Pro.
- Heredia, R. (2024). *La guía de innovación: Cómo crear una cultura de transformación en tu empresa*. Independently published.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). McGraw-Hill Education.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- Kang, K., Lee, S., & Lee, Y. (2012). CRS systems in hotels: Benefits and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(1), 73–85. <https://doi.org/10.1108/17579881211206550>
- Keklik, M. (2019). *Schumpeter, innovación y crecimiento: Dinámica de ciclo largo en las industrias manufactureras estadounidenses posteriores a la Segunda Guerra Mundial* (1a ed.). Routledge.
- Langenfeld, K. (2019). *Design Thinking para principiantes: La innovación como factor para el éxito empresarial*. Independently published.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727–750. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2013-0367>
- O'Connor, P. (2018). Online travel distribution: An analysis of hotel



- information technology application. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(1), 150–167. <https://doi.org/10.1177/1096348007309571>
- Olivella, J. (2020). *Gestión eficiente de proyectos de innovación*. Profit Editorial.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Innovación en turismo: Uniendo teoría y práctica / La innovación en el turismo: Acercamiento entre teoría y práctica*. World Tourism Organization.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2018). *Manual de Oslo 2018: Directrices para la recopilación, presentación de informes y utilización de datos sobre innovación* (4.ª ed.). OECD.
- Orus, A. (2024, 4 de enero). *El turismo en el mundo - Datos estadísticos*. Statista. <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>
- Otero, D. (2021). *Claves de la innovación* (2.ª ed.). Audible.
- Pérez, A. (2019). *Manual mínimo viable de innovación: Herramientas y tácticas imprescindibles para innovadores de verdad*. Innolandia.
- Phimister, A., & Torruella, A. (2020). *El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en tu empresa* (1a ed.). Libros de Cabecera.
- Poon, A. (2003). *Tourism, technology and competitive strategies*. CABI Publishing.
- Schlesinger, W. (2018). *Paisaje, turismo e innovación: I Congreso de "Paisaje, turismo e innovación"*. Universidad de Valencia.
- Schumpeter, J. (2021). *La teoría del desarrollo económico* (1ra. ed.). Routledge.
- Sigala, M., & Chalkiti, K. (2014). Knowledge management, social media and employee creativity in tourism and hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 51–61. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.003>
- Sigala, M., & Rahimi, R. (2019). *Big data e innovación en turismo, viajes y hostelería: Enfoques, técnicas y aplicaciones de gestión*. (1ra ed.). Springer.
- Spoladore, D., Pessot, E., & Sacco, M. (2022). Innovación digital y estrategia para el turismo de salud alpino: Recursos naturales, herramientas digitales y prácticas de innovación del proyecto HEALPS 2. Springer.
- Tamayo y Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. Editorial Limusa.
- Tejedor Cabrera, A., Linares Gómez, M., López Sánchez, M., & Merino del Río, R. (2023). *Innovación para la gestión integrada del patrimonio, el paisaje y el turismo* (Colección Abierta, n.º 47). Universidad de Sevilla.
- Trabizi, B. (2024). *Innovación continua: Claves para pasar a la ofensiva innovando de forma permanente* (1a ed.). Profit Editorial.
- Xiang, Z., Schwartz, Z., & Uysal, M. (2015). Market intelligence and big data analytics in tourism and hospitality: The relevance of applications and tools. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 117–119. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.03.001>