

MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR HOTELERO**DIGITAL MARKETING AND ITS INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF THE HOTEL SECTOR**

Anali Bautista Morató

morato.analia@usfx.bo

Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca

Sucre, Chuquisaca, Bolivia.

RECIBIDO: agosto 28, 2023

ACEPTADO: noviembre 24, 2023

RESUMEN

El presente artículo titulado, “**Marketing digital y su influencia en la competitividad del sector hotelero**” tiene como objetivo analizar el uso de las estrategias de marketing digital en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Monteagudo y si estas han permitido o no generar una ventaja competitiva, ya que el uso de internet en los últimos años se ha incrementado y está siendo un canal referente para el mercado hotelero en general.

La metodología utilizada fue el método analítico, bibliográfico. Los datos se obtuvieron mediante encuesta realizadas a los gerentes propietarios o gerentes de establecimientos hoteleros, así como a los visitantes que arriban a Monteagudo. El tamaño de muestra fue de 235 encuestas, las cuales fueron aplicadas a los visitantes y viajeros que demandan el servicio de hospedaje; como a los 19 propietarios que conforman el sector hotelero de la ciudad de Monteagudo.

De igual forma se expone el análisis e interpretación de los resultados de la investigación tanto cuantitativos como cualitativo sobre el grado de utilización de las herramientas del marketing digital al interior del sector hotelero de la ciudad de Monteagudo. Como las percepciones de los usuarios que acuden a los diferentes establecimientos de hospedaje en la ciudad de Monteagudo respecto al uso de herramientas del marketing digital.

Palabras clave: Marketing digital, competitividad, sector hotelero.

ABSTRACT

This article entitled, “**Digital Marketing and its influence on the competitiveness of the hotel sector**” aims to analyze the use of digital marketing strategies in hotel establishments in the city of Monteagudo and whether or not they have allowed to generate a competitive advantage. Since the use of the Internet in recent years has increased and is becoming a reference channel for the hotel market in general.

The methodology used was the analytical, bibliographic method. The data was obtained through a survey carried out on the owner managers or managers of hotel establishments, as well as on the visitors who arrive in Monteagudo. The sample size was 235 surveys, which were applied to visitors and travelers who demand the hosting service; as well as the 19 owners that make up the hotel sector of the city of Monteagudo.

In the same way, the analysis and interpretation of the results of the research, both quantitative and qualitative, on the degree of use of digital marketing tools within the hotel sector of the city of Monteagudo are exposed. As the perceptions of users who go to the different lodging establishments in the city of Monteagudo regarding the use of digital marketing tools.

Keywords: Digital marketing, competitiveness, hotel sector.

INTRODUCCIÓN

Los hoteles, constituyen un negocio muy importante, donde es posible adquirir buenas ganancias, si se hace uso adecuado de los recursos tecnológicos que se tienen a mano, existen muchos hoteles, principalmente nacionales e internacionales que hacen uso del marketing para ofertar sus servicios.

Por lo tanto, las empresas dedicadas al servicio de hospedaje, deben tomar conciencia y estar presentes en el mundo digital, si quieren mantenerse al día con las tendencias del cliente. En la actualidad, con el uso del internet los consumidores están cada vez más informados, son más inteligentes y más exigentes, el internet se ha convertido en una herramienta fundamental para buscar información, relacionarse con otros, ver contenidos audiovisuales e incluso decidir en cuanto a dónde viajar o el hotel en donde hospedarse. El internet con su abanico de herramientas digitales, ha transformado los hábitos y comportamientos de la gente.

Los hoteles dentro de la industria de hospedaje, finalmente están empezando a entender que el uso de las plataformas digitales, redes sociales y todas las herramientas digitales que congrega el internet, pueden ser utilizadas como una nueva forma de hacer marketing, es de ahí que actualmente no se habla de un marketing tradicional sino de un marketing digital.

Este nuevo enfoque de marketing utiliza el desarrollo y evolución de la web a entorno y sistemas más abiertos, libres, compartidos y multiconversación donde el usuario es productor de contenidos que facilitan la transmisión del mensaje como portales de vídeos, comunidades y redes sociales, foros, blogs o sitios de promoción de noticias (Sanagustín, 2019).

En este sentido, desarrollar estrategias de marketing digital, contribuye en el desarrollo de cualquier sector y por ende mejora la competitividad de las empresas.

En la actualidad, se han realizado diversos estudios de la manera en que el marketing digital influye en el desarrollo de las empresas que ofertan el servicio de hospedaje, las herramientas digitales brindan una oportunidad para poder aproximarse, comunicar e informar los servicios a los clientes y prospectos, lo que influye en el incremento en la competitividad de las empresas y de la sociedad en general:

Si bien, existen varios estudios realizados sobre la temática, Actualmente, en el municipio de Monteagudo, no existe un estudio, que permita conocer las ventajas del marketing digital en la competitividad del sector hotelero, por lo que mediante este artículo se pretende explicar las ventajas que ofrecen estos medios de comunicación, para las personas que se dedican al servicio de hospedaje e incorporar herramientas digitales en sus estrategias competitivas. Para ello, se presenta el siguiente objetivo: Analizar el uso de las estrategias de marketing digital y su influencia en la competitividad del sector hotelero de la ciudad de Monteagudo durante la gestión 2023.

METODOLOGÍA

La metodología que se ha utilizado para el desarrollo del artículo es la siguiente:

Se utilizó el método bibliográfico, con el fin de obtener toda información respecto al tema de estudio, se utilizaron fuentes secundarias constituidas por revistas, libros y publicaciones especializadas para la revisión de teorías y formulación del marco teórico.

Asimismo, se hizo uso del método analítico, para indagar las causas y efectos de la situación que atraviesa el sector hotelero, la discusión de los resultados, para presentar propuestas por lo que se tuvo que descomponer

en sus partes, para investigarlos por separado y posteriormente evaluar la interrelación entre ellos, el método también fue utilizado para la elaboración del marco teórico permitiendo sintetizar la información necesaria para la elaboración de la investigación.

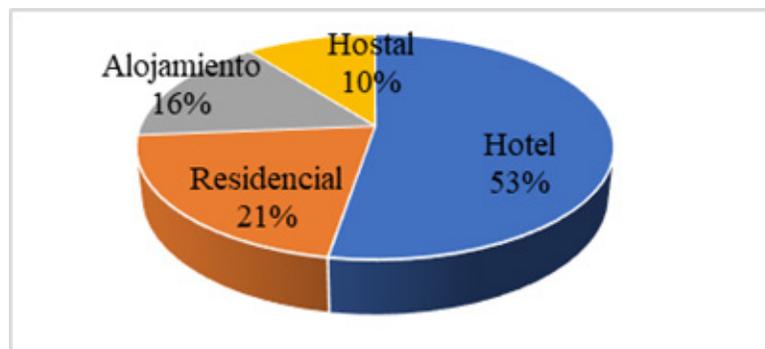
En cuanto al uso de técnica, se hicieron uso de dos, estas fueron: la revisión documental para la revisión de diferentes documentos relacionados con el tema y la entrevista que permitió extraer información de la población investigada.

RESULTADOS

En los siguientes párrafos, se presentan los resultados a los que se han arribado en la investigación.

En la actualidad, en el municipio de Monteagudo, existen 19 establecimientos de hospedaje, donde la gente visitante puede hospedarse, de los cuales 10 son hoteles, 4 residenciales, 3 alojamientos y 2 hostales, donde los hoteles brindan servicios de tv cable, teléfono, frigobar, internet, desayuno, restaurante, cafetería, lavandería, pago con tarjeta de crédito, parqueo, garaje, servicio médico, servicio de ascensor, derecho a cocina, etc.

Figura # 1 Tipo de establecimientos de hospedaje existentes en la ciudad de Monteagudo



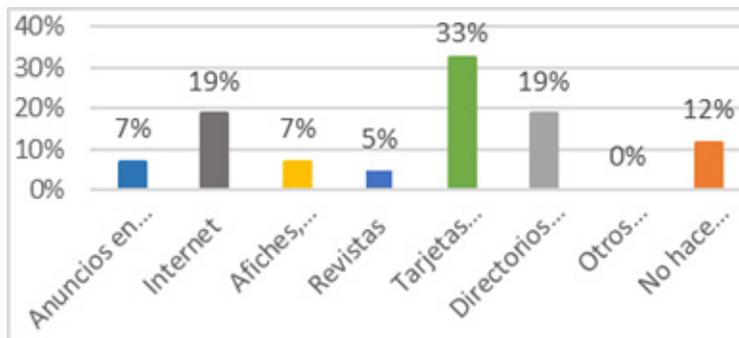
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar la mayor parte de los establecimientos de hospedaje existentes en la ciudad de Monteagudo corresponde a los hoteles, los cuales representan el 53% del total, seguidos por los residenciales con el 21%, luego están los alojamientos con el 16% y finalmente se tiene a los hostales con el 10%.

Asimismo, se pudo conocer que el personal que trabaja en los establecimientos de hospedaje del municipio de Monteagudo, son de 1 a 10 personas, en cuanto a la clientela que habitualmente se aloja, proviene de localidades cercanas, del interior del país y en porcentajes menores son extranjeros.

Haciendo referencia a los medios de comunicación que los establecimientos de hospedaje utilizan para su publicidad, la mayoría hace uso de tarjetas personales, seguido por el internet, finalmente hacen uso de afiches, letreros, gigantografías, medios de comunicación como radio y televisión, revistas e incluso un porcentaje importante de establecimientos no hace uso de ningún medio de comunicación para publicitarse, lo que en cierta manera no les permite crecer o tienen un crecimiento lento, ya que los clientes que surgen son debido a la recomendación de clientes anteriores.

Figura # 2 Medios publicitarios utilizados por los establecimientos de hospedaje



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los establecimientos de hospedaje que emplean internet para su publicidad, se pudo conocer que las redes sociales son las más empleadas para este fin, sin embargo, este manejo es limitado, ya que los dueños no conocen el manejo de estas tecnologías tan importantes en la actualidad, por otro lado, las razones principales para el manejo de las redes sociales son porque permite en el mercado la mejora de su imagen, para captar nuevos clientes, para expandirse geográficamente, etc.

En ese sentido, se concluye que los pocos establecimientos de hospedaje que hacen uso del internet para publicitarse consideran que los medios de comunicación digitales han impulsado la mejora de la imagen institucional, a expandirse y copiar lo que otros hacen.

Esto debe llamar la atención, ya que si bien se percibe una adaptación de estas empresas a la nueva era digital, también se evidencia una falencia relacionada con la poca información que tienen para conocer todas las funcionalidades, posibilidades y beneficios que brindan la redes y plataformas digitales, puesto que son pocos quienes consideran que pueden ser usados para la captación de nuevos clientes, lo que conlleva a concluir la existencia de pocas empresas hoteleras interesadas en usar este canal para informar a sus clientes y así facilitar la búsqueda de hospedaje, es decir que el cliente pueda localizarlos con rapidez e interactuar constantemente con la clientela para generar un vínculo sentimental que los motive a regresar.

Figura # 3 Razones para contar con presencia en medios digitales



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se advierte que los pocos establecimientos del municipio de Monteagudo, que emplean medios de comunicación digitales, lo hacen hace menos de 3 años, de manera que recién están incursionando en dicha práctica.

Las empresas del sector que continuamente están interesadas en hacer uso de estos canales de comunicación digital para informar a sus clientes, facilitar la búsqueda de hospedaje, es decir mayor rapidez de localización al cliente e interacción constante con los usuarios para generar un vínculo sentimental que los motive a regresar, se evidencia un incremento más alto en sus utilidades.

Tras conocer estos datos, se puede deducir que los encuestados reconocen que las estrategias al usar la web, sólo se basan en la creación y el mantenimiento esporádico de las redes sociales, y que no la utilizan como una forma específica y correcta para medir los resultados digitales que se traducen en mejorar la competitividad de las mismas.

De acuerdo al criterio de la mayoría de los encuestados, el costo de utilizar medios digitales es bajo, de forma que no incide mucho en la estructura de gastos que tienen sus establecimientos, Evidentemente, un gran porcentaje de los encuestados tiene una percepción positiva sobre el uso de las herramientas del marketing digital y su influencia en la competitividad del sector hotelero de Monteagudo.

DISCUSIÓN

Después de conocer los resultados plasmados en la investigación, se presenta una discusión de porqué es útil emplear internet para la difusión de establecimientos de hospedaje en el municipio de Monteagudo, ya que existen autores expertos sobre el tema que apoyan esta noción, pero antes es necesario contextualizar el tema, por ello se presentan algunas definiciones relevantes:

1950, es la época en que aparece el internet. Algunos señalan que fue el lanzamiento del Sputnik 1 en el año 1958, el punto de inicio de un conjunto de modificaciones mundiales que comienzan a consolidarse a partir de 1973, momento en que se desarrollan los primeros protocolos que habilitan las oportunidades de internet multired, así como la realización de iniciales conexiones internacionales por parte de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanza-41 Adopción digital del sector hotelero... / Muñoz, Taito y Fernández dos (ARPA), y la creación del modelo y protocolos TCP/IP. Estos últimos son sistemas para manejar comunicación por interredes que se fueron complementando años posteriores con redes adicionales como LANs y DNS (Mejía, 2017).

En 1962, surge el proyecto Internet, por el interés de Estados Unidos por iniciar una red militar con capacidad para enfrentar las comunicaciones en un contexto de ataque nuclear. En el año 1969 surge Arpanet, el primer procesador de mensajes de interfaz en la Universidad de California.

Tal como señala Rodríguez (2014), internet puede ser definido como una red mundial de redes de computadores independientes y autónomos, por la cual se permite una comunicación entre sí, compartiendo información y datos. En un principio internet tenía cuatro aplicaciones básicas: email, noticias, inicio remoto de sesiones y transferencia de archivos, pero paulatinamente fue consolidando su presencia y penetración en el quehacer de las personas, revolucionando a las empresas y a las relaciones sociales, convirtiéndose en una herramienta de mediación en casi todos los actos de la vida humana (Cañedo, 2005).

Con posterioridad y con el advenimiento de propuestas como la web, el www, el http, el html, entre otras, se

comienza a masificar su uso a nivel personal y empresarial.

Todo lo anterior ha dado pie a lo que algunos denominan la revolución digital o cuarta revolución industrial, la cual, al margen de las innovaciones tecnológicas, implica profundos cambios en materia social, cultural y económica. Asimismo, otros lo han referido como la nueva economía mundial (Halpern y Castro, 2017).

De esta forma, la digitalización está transformando las estructuras tradicionales, sobre todo en los modelos de negocios emergentes que se basan en procesos colaborativos. Del mismo modo, no es sorpresa que ahora se puede estar participando paralelamente en diferentes países, lugares realizando negocios y transacciones, manteniendo las condiciones y características jurídicas que se hayan considerado.

Por lo tanto, la importante tasa de inserción de internet en el último tiempo ha forzado a las organizaciones a tener, al menos, presencia online. Pero, cumplida esta etapa inicial, deberían contemplar una transformación y adaptación cada vez más integrada al entorno digital. (Muñoz et al, 2023)

Según (Sánchez, 2016). “Las redes sociales dentro del mundo de los hoteles y a nivel del viajero, sirven por un lado para que este comparta sus experiencias y por otro lado como elemento de influencia a la hora de elegir entre un hotel u otro”.

Una de las ventajas que presentan las redes sociales al publicar la información de los hoteles, los usuarios tienen la posibilidad de escoger el hotel que les convenga para alojarse, de acuerdo a sus preferencias, por ese motivo es importante publicitar los servicios que ofrecen estos establecimientos de hospedaje, además de ese modo mediante la publicidad permite que mayor cantidad de personas los conozcan.

Según Rothschild (2011) los directores de deportes y de lugares de entretenimiento; que tienen una estrategia de medios sociales definida, experimentan mayores ingresos que aquellos que no lo hacen. Basado en esto, Dholakia y Durham, (2010) Sugieren que una experiencia positiva de la interacción directa de la marca a través de las redes sociales llevará a repetir las compras. (Hudson, et al, 2015, pág. 70)

Es muy importante que los servicios que los establecimientos de hospedaje del municipio de Monteagudo ofrecen a sus clientes se las realice mediante las redes sociales, lo que permite captar mayor cantidad de clientes y experiencias únicas que hacen que los clientes vuelvan una y otra vez.

En tal sentido, Caro, Leyva y Vela (2010) mencionan que las tecnologías de la información han modificado significativamente el tipo de gestión en el mundo de los negocios y, particularmente, en la industria del turismo, donde identifican al sector hotelero. Esta idea de la influencia de las tecnologías de información en este ámbito ya lo refería Valles (1999), puesto que observaba un importante e innovador desarrollo en este tipo de proyectos, los cuales comenzaban a aportar de nuevas herramientas de apoyo para la gestión de las empresas del sector turístico. (Muñoz et al, 2023)

Haciendo énfasis a las herramientas tecnológicas y aplicativos que en la actualidad existen, es mucho más fácil expandir el negocio de establecimientos de hospedaje en el municipio de Monteagudo, lo que permitiría que llegue a una mayor cantidad de usuarios que podrían constituirse en futuros clientes y hacer que de forma rápida crezca la fama de los hoteles, además no debe olvidarse que las tarifas de publicación son económicas, lo que es realmente importante para el crecimiento de este negocio.

El manejo de internet y sus herramientas tecnológicas, en los establecimientos de hospedaje del municipio de Monteagudo, permiten desarrollar estrategias de competitividad manteniendo o aumentando su cuota de servicios en el mercado, aprovechando la zona, entre ellos abundante flora y fauna, además de los atractivos turísticos que

se pueden encontrar en la zona están:

Las serranías alto cazadero, alto Yanguilo y del Iñao (Parque Natural y Área de Manejo Integrado el Iñao) el Cañón de Heredia, los Ríos Parapetí, Azero (Norte) y Azero Comunidad Roldana las Cascadas de Buena Vista, Bohórquez, Limón (El Zapallar) Orquídea Nativa son algunos lugares que pueden ser empleados para la atracción de mayor cantidad de visitantes al municipio de Monteagudo.

En cuanto a riqueza cultural, Monteagudo es el enclave donde se fusionan las culturas guaraní y chaqueña, que están a flor de piel y se visten de gala sobre todo en sus actividades centrales como el Día de la Tradición Sauceña, que se celebra el segundo sábado de noviembre. Otra fecha especial, donde acapara la atención de visitantes de otras regiones es la fiesta cívica del 20 de agosto y la FEXIMONT, la Feria Exposición Integral Monteagudo que todos los años reúne a expositores de todo el país, en la cual se muestra todo el potencial agropecuario, artesanal y de servicios del municipio.

Teniendo en cuenta los atractivos turísticos que el municipio de Monteagudo presenta, las posibilidades de desarrollo de estrategias para una competitividad son extraordinarias y esto debiera ser aprovechado por los propietarios de los diferentes establecimientos de hospedaje de la zona para promocionar sus servicios, atrayendo mayor cantidad de personas.

CONCLUSIONES

Tras haber expuesto los resultados de las encuestas realizadas a los gerentes y/o responsables de los establecimientos de hospedaje, a continuación, se presentan las conclusiones a las que se han arribado

El municipio de Monteagudo posee atractivos turísticos para mostrar y estos podrían ser utilizados para atraer a mayor cantidad de turistas, lo que podría ser muy bien aprovechado por los hoteles.

Los hoteles del municipio de Monteagudo, se constituyen en los pioneros que incursionan en promocionar sus servicios en plataformas digitales, ya que el internet es esencial para difundir este tipo de negocios.

También se pudo conocer que las herramientas digitales más utilizadas para la difusión de los establecimientos de hospedaje son las Redes Sociales, como Facebook o WhatsApp que permiten crear estrategias competitivas para mejorar su mercado.

Existen falencias en la formación de quienes administran las redes sociales de estos establecimientos, puesto que desconocen todas las funcionalidades y posibilidades que brindan estas herramientas para anunciar sus servicios y mantener un contacto activo con los usuarios.

Las razones por las que los establecimientos de hospedaje utilizan medios digitales, son porque permite la mejora de la imagen del hotel, para expandirse geográficamente, por imitar a otras empresas del rubro, finalmente para captar nuevos clientes.

Un elevado número de empresas afirma haber logrado un incremento menor al 50% en sus utilidades desde el momento de contar con presencia en la web, puesto que dichos establecimientos no tienen definido su mercado meta lo que influye al manejo correcto de las plataformas digitales, es decir les dificulta determinar con exactitud eficiencia del uso del marketing digital. Si bien están en las redes sociales, sin embargo, su actividad es más pasiva que activa.

La mayor parte de los encuestados tiene una percepción positiva sobre el uso de las herramientas del marketing

digital y su influencia en la competitividad del sector hotelero de Monteagudo.

Tras conocer los datos de este estudio, se concluye que los establecimientos hoteleros de ciudad de Monteagudo no utilizan las estrategias de marketing digital necesarias, encontrándose la mayoría en una situación deficiente en este tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cañedo, R. (2005). Aproximaciones para una historia de Internet. *Acimed*, 12(1).

Halpern, D., Castro, C. (2017). Guía para la digitalización de las pymes. Centro de Estudios de la Economía Digital de la Cámara de Comercio de Santiago.

Hudson, S., Roth, M. S., Madden, T. J., & Hudson, R. (2015). The effects of social media on emotions, brand relationship quality, and word of mouth: An empirical study of music festival attendees. *Tourism Management*, 69-70.

Mejía, J. (2017). *Mercadotecnia Digital*. Grupo Editorial Patria.

BIBLIOGRAPHY Muñoz, Osores, M., Taito Jara, M., & Fernández Palma, J. (2023). Adopción digital del sector hotelero: un estudio comparativo para Chile y Perú. *Revista Academia & Negocios Vol. 9 (1)*, 39 - 50. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5608/560874058009/560874058009.pdf>

Sanagustín, E. (2019). *Marketing*. México: Eduardo Durán Valdivieso.