

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO

SECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

**“EL ENFOQUE SISTÉMICO EN EL USO DE LAS
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN
LOS HOTELES CINCO ESTRELLAS DE LA DELEGACIÓN
CUAUHTÉMOC CIUDAD DE MÉXICO”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA
EN ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DEL TURISMO**

PRESENTA:

Lic. Guillermina Mendoza Cárdenas

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. en C. Ricardo Tejeida Padilla

MÉXICO, D.F. ENERO 2011





INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de México, D. F. siendo las 09:00 horas del día 14 del mes de diciembre del 2010 se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de la Tesis, designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación de SEPI-EST para examinar la tesis titulada:

EL ENFOQUE SISTÉMICO EN EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS HOTELES CINCO ESTRELLAS DE LA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Presentada por el alumno:

MENDOZA
Apellido paterno

CÁRDENAS
Apellido materno

GUILLERMINA
Nombre(s)

Con registro:

B	0	8	1	1	6	0
---	---	---	---	---	---	---

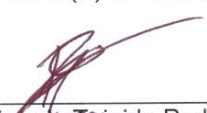
aspirante de:

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DEL TURISMO

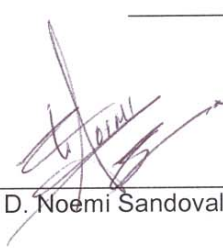
Después de intercambiar opiniones, los miembros de la Comisión manifestaron **APROBAR LA TESIS**, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA COMISIÓN REVISORA

Director(a) de tesis



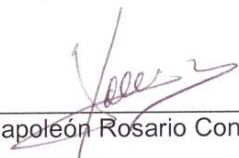
Dr. Ricardo Tejeda Padilla



M. en H. D. Noemi Sandoval González



M. en A. Mira Lucía Zapatero Zavala

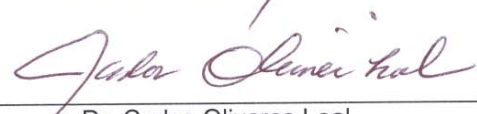


Dr. Napoleón Rosario Conde Gaxiola



Dr. Carlos Olivares Leal

PRESIDENTE DEL COLEGIO DE PROFESORES



Dr. Carlos Olivares Leal



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de México el día 14 del mes Diciembre del año 2010, la que suscribe Guillermina Mendoza Cárdenas alumna del Programa de Maestría en Administración e Innovación del Turismo con número de registro B081160, adscrito a la Escuela Superior de Turismo, manifiesta que es autora intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección de Dr. en C. Ricardo Tejeida Padilla y cede los derechos del trabajo intitulado El Enfoque Sistémico en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hoteles Cinco Estrellas de la Delegación Cuauhtemoc Ciudad de México, al Instituto Politécnico Nacional para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o director del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección willemina_pretty@hotmail.com Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Guillermina Mendoza Cárdenas

Nombre y firma

ÍNDICE GENERAL

Agradecimientos	i
Resumen	ii
Abstract	iii
Índice de Tablas	iv
Índice de Figuras y Gráficos	v
Siglas y Abreviaturas	Vi
Glosario	Vii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes	2
1.2. Contexto	4
1.3. Problemática	6
1.4. Justificación	8
1.5. Objetivos	9
1.6. Método y Tipo de Investigación	10
1.7. Limitaciones Temporales y Espaciales	13

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Empresas Turísticas	14
2.1.1. Hotelería	16
2.1.2. Clasificación de los Hoteles	20
2.2. TIC`s	31
2.2.1. Ciencia de los Sistemas	37
2.2.2. Enfoque de Sistemas	39
2.2.3. La Teoría General de los Sistemas y el Turismo	41

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

3.1. Metodología del diagnóstico	55
3.2. Metodología de Sistemas Suaves	56
3.3. Análisis del Sistema Hotel	60
3.4. Análisis de la Gestión Actual	62

CAPÍTULO IV PROPUESTAS

4.1. Procedimiento	64
4.2. Descripción del problema no estructurado	66
4.3. Situación del Problema no expresado	67

4.4. Definición raíz de los sistemas relevantes	74
4.5. Propuestas de mejora	79
Conclusiones	81
Recomendaciones	83
Trabajos Futuros	84
Referencias bibliográficas	85
Anexos	90

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Por darme la vida y permitirme llegar a cumplir esta meta.

A mis Padres.

Por todo el apoyo que siempre me han brindado para alcanzar mis sueños.

Al Dr. Ricardo Tejeida Padilla

Por su apoyo en todo momento, dándome la oportunidad y el honor de fungir como director de mi trabajo de tesis, y sobre todo, por la paciencia y dedicación que tuvo conmigo para así culminar esta meta.

A la M. en A. Mira Lucia Zapatero Zavala

Por ser mi directora de tesis y ayudarme a cumplir una más de mis metas.

RESUMEN

El surgimiento de las Tecnologías en los hoteles, ha evolucionado de manera acelerada en nuestro país, debido a la competencia global que enfrenta el sector turístico, esto nos sitúa en una constante búsqueda de mejores tecnologías, con el fin de proporcionar alta calidad en los servicios que ofrecen los hoteles de cinco estrellas en la ciudad de México.

Los hoteles de cinco estrellas de la delegación Cuauhtémoc en el área metropolitana realizan una actualización tecnológica constante para estar a la vanguardia en el servicio. Sin embargo, al igual que en muchas empresas, en ocasiones las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) con las que cuentan, son subutilizadas en los diferentes procesos y niveles administrativos y no consideran la interrelación entre dichas tecnologías y el ser humano, lo cual genera costos y afecta su cadena de valor y por lo tanto puede afectar el servicio de calidad que tanto necesita la organización para lograr la lealtad de los clientes.

La investigación pretende profundizar en el análisis y síntesis en el uso de las TIC's en los hoteles mencionados tomando como elemento nodal al ser humano en el estudio. Para tal propósito se hace uso de los conceptos y postulados emanados de la Metodología de Sistemas Suaves, con el fin de no sólo estudiar al fenómeno del uso y vinculación del hombre con las TIC's, sino además generar consideraciones, propuestas y recomendaciones encaminadas a transformar la realidad.

Como resultado se encontró que las Tecnologías de Información y Comunicación no se explotan adecuadamente en los hoteles estudiados, además de que las personas que operan con ellas en muchas de las ocasiones no se adaptan fácilmente al uso de los recursos tecnológicos con los que cuentan en su lugar de trabajo.

ABSTRACT

The emergence of Technology in hotels, has evolved rapidly in our country due to the global competition that the tourism sector faces, this sets us in a constant search for better technologies to provide high quality in the services offered by five star hotels in Mexico City.

Five-star hotels of Cuauhtémoc district in the metropolitan area perform constant technological upgrades to be at the forefront of the service. However, as in many businesses, sometimes the technologies of information and communication technologies (ICTs) with which they count, are underutilized in the different processes and administrative levels and do not consider the interrelationship between such technologies and human beings, which generates costs and affects its value chain and therefore can affect the quality service that the organization requires so much to achieve customer loyalty.

The research aims to deepen in the analysis and synthesis in the use of ICTs in the mentioned hotels taking humans as the main element in the study. For this purpose we use the concepts and principles emanating from the Soft Systems Methodology, in order to generate knowledge through analysis and synthesis, not only studying the phenomenon of the use and linkage of the man with the TICs, but also generating further considerations, proposals and recommendations aimed at transforming reality.

As a result it was found that information and communication technologies are not properly exploited in the hotels studied, in addition to the fact that people who operate with them on many occasions are not easily adapted to the use of technological resources at their disposal in the workplace.

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	NOMBRE	PÁGINA
1.	Matriz de Congruencia	11 y 12
2.	Categorizaciones Anteriores	27
3.	Número de requisitos para las estrellas	29
4.	Visión Rica: conflicto del sistema y su entorno	73 y 74
5.	Visión Resumida de los Involucrados	76 a la 78

ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS

FIGURA	NOMBRE	PÁGINA
1.	Localización de los hoteles cinco estrellas	13
2.	El sistema turístico básico de Leiper	47
3.	Componentes de sistemas turísticos según Molina	48
4.	Metodología de Sistemas Suaves de Peter Checkland	57
5.	Suprasistema	67
6.	Visión Rica del Sistema	73
7.	Diagrama de transformación	75
GRAFICO	NOMBRE	PÁGINA
1.	Moda en Aceptación	70
2.	Moda en Negativa	71
3.	Moda Repetitiva	72

SIGLAS Y ABREVIATURAS

TIC'S: Tecnología de Información y Comunicación

OMT: Organización Mundial del Turismo

SECTUR: Secretaría de Turismo

CALMECAC: Calidad Mexicana Certificada A. C.

SSM : Metodología de Sistemas Suaves, Soft System Methodology (SSM).

SI : Sistema de Información

ERP : Enterprise Resources Planning,

TGS : Teoría General de Sistemas

TIC : Tecnología de Información y Comunicación

GLOSARIO

Enfoque sistémico.- Concepto que consiste en percibir los elementos constitutivos de un sistema con su interdependencia

Entropía.- Concepto que responde a la segunda ley de la termodinámica y denota la cantidad abstracta que caracteriza el desorden de las variables de un sistema, es una relación nocional que refleja la irreversible degradación de energía, la tendencia de la entropía es hacia incrementarse y alcanzar su máximo conocido como estado final de equilibrio.

Estructura de sistemas.- Aquellos elementos en una situación problemática que son permanentes o que cambian solo lentamente y ocasionalmente.

Ontología.- Concepto que consiste en definir un sistema dentro de los distintos niveles del mundo de la observación sistema real y sistema conceptual.

Retroalimentación.- (Feedback), Es un mecanismo según el cuál una parte de la energía de salida de un sistema o maquina regresa a la entrada, es un subsistema de comunicación de retorno proporcionado por la salida del sistema a su entrada para alterarla de alguna forma.

Sistema.- Es un conjunto de elementos dinámicamente relacionados entre si que forman una actividad y tienen un objetivo

Subsistema.- Sistema incluido dentro de un sistema más grande.

Información.- Todo lo que permite reducir la incertidumbre respecto de algo y permite planear y programar el comportamiento o funcionamiento del sistema.

INPUT.- Son las entradas del sistema o insumos para poder operar, la entrada de un sistema es todo lo que el sistema importa o recibe de su mundo externo y puede constituirse de información, materiales y energía.

INTRODUCCIÓN

Las necesidades cotidianas de los seres humanos y dentro del mundo de los negocios nos han llevado a mejorar día con día los métodos y procedimientos para realizar los objetivos. en los grandes hoteles En todo momento el ser humano busca la forma más rápida para llegar a un fin específico, por lo que los estudiosos en materia de turismo y tecnología han realizado estudios para reducir tiempos, disminuir costos, y facilitar el trabajo apoyándose en herramientas que nos ayudan a lograrlo, una de estas son las computadoras con sus diferentes programas y páginas web, las palm; que ha permitido que el servicio de hospedaje evolucione mejorando la forma de hospedar a las personas, brindándoles un servicio placentero a través del uso de las tecnologías que permita una estancia dentro del hotel con la calidad que requieren los clientes.

La implantación de las Tecnologías de Información y Comunicación han sido de gran ayuda para las hoteles, siendo el tema que nos interesa para la realización de ésta tesis.

Estas tecnologías se presentan cada vez más como una necesidad en el contexto de sociedad donde los rápidos cambios, el aumento de los conocimientos y las demandas de una educación de alto nivel constantemente actualizada se convierten en una exigencia permanente.

Los sistemas y programas actualizados existentes ayudan a las empresas turísticas a llevar un mejor control financiero y administrativo, ahorrando dinero, tiempo, recursos humanos, esfuerzo y procedimientos.

De acuerdo a la necesidad de cada hotel o empresa es posible crear sistemas o programas que ayuden a la simplicidad del trabajo y al ahorro financiero de las mismas. Por tal motivo es importante que el hotel se mantenga a la vanguardia en cuantos aspectos tecnológicos y de manera inmediata les haga llegar la información tanto a los miembros del staff como a los clientes reales y potenciales

CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

ANTECEDENTES

Al comienzo de los años 90's surgen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), que son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. Es un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales. Algunos ejemplos de estas tecnologías son la pizarra digital (ordenador personal + proyector multimedia), los blogs, el podcast y, por supuesto, la web.

Para todo tipo de aplicaciones educativas, las TIC's son medios y no fines. Es decir, son herramientas y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.

Hoy en día resulta ya una necesidad el uso de nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), estas por lo tanto demandan la construcción de un saber navegar y manejar en y dentro del entorno virtual. Ya que con la expansión de las mismas en todos los ámbitos y estratos de nuestra sociedad se ha producido a gran velocidad, y es un proceso que continua y que van apareciendo sin cesar nuevos elementos tecnológicos. La progresiva disminución de los costes de la mayoría de los productos tecnológicos, fruto del incremento de los volúmenes de producción y de la optimización de los procesos fabriles, se deja sentir en los precios y nos permite disponer de más prestaciones por el mismo dinero, facilitando la introducción de estas tecnologías en todas las actividades humanas y en todos los ámbitos socioeconómicos.

Las TIC's representan la incursión a un escenario imaginario pero "real", para el aprendizaje de diversos contenidos, ya que con el uso de estas nuevas

tecnologías (red), se está gestando un aprendizaje colaborativo – cooperativo entre estudiantes, maestros, empresarios, y expertos; de este modo cualquier persona puede llevar a cabo salidas de campo virtuales e interactivas a museos, agencias de viajes, transportes, hoteles, restaurantes, etc. Todo ello desde el computador, reduciendo el costo de este evento de una manera considerable.

Dichas tecnologías, han permitido llevar la globalidad al mundo de la comunicación, facilitando la interconexión entre las personas e instituciones a nivel mundial, y eliminando barreras espaciales y temporales. Estas han coadyuvado a los hoteles de 5 estrellas a contar con la mejor tecnología en sistemas “inteligentes”, ya que personalizan la temperatura de la habitación, la música, la luz, las puertas y hasta conocen la cantidad de bebidas disponibles en el frigo bar. Esto es con el fin de ofrecer un mejor servicio a sus huéspedes, y así mismo reciban más de lo acostumbrado.

En los hoteles caso de estudio todos estos servicios deben estar disponibles gracias a nuevos sistemas informáticos que conectan a las habitaciones con los servidores en red, y mediante un registro de las preferencias de sus huéspedes permitiendo cambiar las condiciones generales de una habitación y adecuarla a las necesidades de cada huésped (real o potencial.) Con estos sistemas inteligentes se sabe si a un huésped le gustan las luces tenues o brillantes, las cortinas abiertas o cerradas, el blackout abierto a una determinada hora, Permiten seleccionar la música preferida, y sensores ubicados en el frigo bar saber cuando la bebida esta acabándose, entre muchas otras.

Es un hecho que si bien esta tecnología existe desde hace un tiempo, es muy costosa por tal motivo estos hoteles tienen un costo elevado pero cumplen con las expectativas y exigencias de cada uno de sus clientes, con el fin de que su estancia dentro del hotel sea de su total agrado y tengan a la mano todo lo que necesitan sin tener que salir del hotel.

CONTEXTO

La industria hotelera moderna en México se inicia con la construcción del HOTEL REFORMA, que abre sus puertas el 27 de Diciembre contando con 380 habitaciones, y cada habitación contaba con baño privado y regadera, los muros de las habitaciones eran dobles, contaban con calefacción y aire acondicionado; Incluyó innovadores servicios al huésped, tales como: oficina de correos y telégrafos, bolsa de valores, casa de cambio, consultorio médico, salón de belleza, peluquería, tabaquería, tienda de curiosidades, florería, farmacia, servicio fotográfico, entre otros. La época de oro de este hotel se vivió en un ambiente de elegancia, lujo y confort.

Es indudable que la clasificación de los hoteles actuales representa una realidad en cuanto a nuestro potencial turístico de servicios, dado que en competencia con otros países con mayor afluencia turística que el nuestro, México se encuentra capacitado para ofrecer al visitante de cualquier clase social, el establecimiento apropiado a sus posibilidades económicas pues, disponemos desde el tipo más elemental de hospedaje hasta el más lujoso y completo en calidad y variedad de servicio.(SECTUR, 2009).

El sistema de hospedaje de que dispone actualmente la Ciudad de México; cuenta con categorizaciones de los hoteles a nivel nacional denominadas estrellas que a pesar de que en la actualidad no es una medida de categorización la más destacada ya que la organización encargada de la certificación ya no se encuentra funcionando.

En la actualidad los establecimientos de hospedaje denominados hoteles mantienen la certificación de categorías en los datos de los organismos de gobierno, tales como (SECTUR, CALMECAC.)

Cabe mencionar que la Secretaria de Turismo contempla en un solo rubro la categoría 5 estrellas y Gran Turismo y cuentan con un registro de 69 hoteles en el Distrito Federal en estas categorías en el año 2006.

En la actualidad los hoteles de 5 estrellas de la Ciudad de México tienen auge con el hombre de negocios. ya que están catalogados como principales destinos de negocios del país, por lo que hay que considerar las características propias del turismo de negocios, que es uno de los más dinámicos y se caracteriza por una actividad constante, una exigencia creciente y una necesidad permanente de la actualización y mejora de la capacidad de respuesta de los prestadores de servicios (Ramírez,2006:9).El servicio en sí, es de máxima calidad., siempre está tendiente a satisfacer todas las necesidades de los huéspedes.

La industria hotelera se encuentra en constante desarrollo, ya que cada vez más, y en forma constante cuenta con nuevas y mejores instalaciones que están acordes a las necesidades de alojamiento y a la satisfacción de nuevos servicios demandados por los viajeros. Y siempre como consecuencia del desarrollo tan acelerado que tiene esta industria, se proporciona a los huéspedes una diversidad de servicios para satisfacer hasta el más mínimo de sus deseos Por tal motivo es que los hoteles de 5 estrellas están a la vanguardia con la tecnología, tal es el caso que han quedado atrás los pesados llaveros de madera, o los plásticos de vibrantes colores y hasta las tarjetas magnéticas de los últimos tiempos, lo de hoy es la huella digital ó los controladores de la pupila, es importante mencionar que algunos hoteles de 5 estrellas aún no cuentan con esta tecnología pero ya lo podemos usar en aeropuertos y en organismos oficiales desde el 2004, tal es el caso del Nine Zero Hotel de Boston, que al momento de registrar en el lobby a su cliente saca una foto de su iris, y el cliente al momento de entrar a su cuarto, sólo mira fijo a un lector ubicado en la puerta, y accede a su habitación.

Esta es una de las tantas tecnologías que usan los hoteles caso de estudio de la Ciudad de México en la delegación Cuauhtémoc y que los hacen únicos.

PROBLEMÁTICA

Desde los años 90's las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) han evolucionado rápidamente, han ayudado a facilitar la vida del ser humano desde la creación de la computadora y con ello todos sus programas y herramientas que han contribuido a disminuir los costos, tiempo, a facilitar el alcance de redes de comunicación como lo son los correos electrónicos, páginas web, paquetes electrónicos que conllevan a una mejor administración de las empresas. (SECTUR, 2008).

La introducción de estas tecnologías implica un cambio radical de nuestra sociedad llamada "sociedad de la información o sociedad del conocimiento". Se trata de un cambio profundo de la cultura. La puesta en práctica de las TIC's afecta a numerosos ámbitos de las ciencias humanas, la teoría de las organizaciones o su gestión. Un buen ejemplo de la influencia de las TIC's sobre la sociedad es el gobierno electrónico (Rosario, 2005). El turismo ha sido uno de los sectores de la economía que también se ha visto beneficiado con las TIC's, como por ejemplo las líneas aéreas, hoteles, restaurantes crean su página web siendo visitados por millones de usuarios y al mismo tiempo realizan ventas y promocionan su servicio. Los hoteles cinco estrellas se pueden dar a conocer de la misma manera. Lo que difiere es que el servicio que brindan es una consultoría a la medida del cliente.

Estas tecnologías son de gran interés puesto que de un periodo determinado han presentado modificaciones importantes en los hoteles de cinco estrellas, por ello el análisis específico en la Delegación Cuauhtémoc, en cuanto al número determinado de hoteles que presenta esta demarcación.

La Problemática de la investigación está centrada básicamente en verificar el estado actual de las Tecnologías de Información y Comunicación dentro de los establecimientos de servicios de hospedaje de categoría cinco estrellas, debido a la modernización y avance que presentan estos sistemas a nivel mundial. En síntesis, la problemática se describe con la siguiente interrogante:

¿Utilizando el Paradigma Sistémico se puede diagnosticar el estado que guardan las tic`s dentro de los establecimientos de servicios de hospedaje de categoría cinco estrellas bajo estudio?

Desprendido de la interrogante anterior surgen las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los conceptos que fundamentan el uso de las tecnologías de información y comunicación en los servicios?

¿Cuáles son las Tecnologías de Información y Comunicación actualmente utilizadas en la oferta de servicios turísticos?

¿Con que facilidad se han adaptado los prestadores de servicios y los consumidores a estas tecnologías?

¿Cómo afectan las Tecnologías de Información y Comunicación en el avance continuo?

¿Qué impacto han producido las Tecnologías de Información y Comunicación en la Administración de los hoteles?

JUSTIFICACIÓN

La investigación se realiza con el fin de marcar la importancia que se genera de la vinculación del sector hotelero y su administración con los Sistemas de Información y Comunicación con el fin de mostrar la importancia que tiene la explotación de las TIC's ya que éstas son clave para elevar el desempeño y la competitividad de los hoteles en estudio ya que han permitido una mayor flexibilidad a la hora de crear propuestas; así como la facilitación de comunicación de estos servicios a nivel global. En la época en que vivimos, la competitividad de las empresas de servicios debe ser cada vez mayor, debido al aumento de los niveles de competencia en las empresas turísticas. Que luchan por sobre vivir dentro de un entorno hostil caracterizado por la periodicidad del sector turismo es decir los cambios generados en los flujos de la demanda debido a la temporalidad de los atractivos turísticos.

El servicio al cliente y su satisfacción adquiere cada vez mayor importancia, debido a que constituye la base para la prestación de los servicios, sin embargo los hoteles buscan constantemente incrementar las percepciones positivas de los clientes que generan aumentos en los niveles de captación de divisas y fidelidad hacia la marca. Lo cual se ha reducido a establecer políticas y procedimientos estandarizados, que garantizan un nivel de servicio, pero que sin embargo generan respuestas inapropiadas debido a que dentro de su diseño no fueron considerados los entornos internos y externos a los que están sujetos los hoteles, lo que hace necesario considerar los cambios que han experimentado los mercados en los últimos tiempos, especialmente el mercado turístico que resulta ser muy dinámico.

OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar el uso actual de las Tecnologías de Información y Comunicación en los hoteles de 5 estrellas de la delegación Cuahutémoc del DF. Utilizando el Paradigma Sistémico para su estudio.

OBJETIVOS PARTICULARES

Analizar los conceptos y teorías que fundamentan la investigación.

Generar un estado del arte con base en el análisis de conceptos relacionados con la investigación.

Analizar las Tecnologías de Información y Comunicación utilizadas en la prestación de servicios.

Verificar si el uso que se da a las Tecnologías de Información y Comunicación con que cuentan los hoteles caso de estudio es el apropiado.

Estudiar el papel que desempeña el ser humano y su interacción con las Tecnologías de Información y Comunicación utilizadas.

MÉTODO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se parte de 3 tipos de Investigación, la Histórica, Descriptiva, y la Experimental. La Investigación Histórica es aquella que describe experiencias pasadas, además de que representa una crítica de la verdad de los acontecimientos pasados. Para ello el investigador debe analizar la información de fuentes primarias y secundarias para saber si es confiable, viable y útil el documento;

La Investigación Descriptiva tiene como característica fundamental presentar una interpretación correcta sobre la realidad de los hechos; incluye estudios tales como encuestas, casos exploratorios, casuales, predictivos de conjunto o de correlación.

Hablar de la Investigación Experimental es describir cómo o porque causa está aconteciendo un fenómeno, esto con la manipulación de una o más variables experimentales no comprobadas (Grajales, 2000: 1.).

El método emergente o sistémico consiste en abordar un fenómeno de diversos elementos en donde hace énfasis en resolver la situación presentada. (Martínez, 2000:123-159).

El Paradigma de Sistemas emplea como instrumento, modelos utilizables y transferibles entre varias ciencias, toda vez que dicha extrapolación sea posible e integrable a las respectivas disciplinas. Su uso como metodología varía según el área de aplicación (Tejeida, 2006).

Dentro de las Ciencias sociales este tipo de investigación tiene el objetivo de describir los principales problemas de un todo. En esta investigación, el caso de estudio son los hoteles cinco estrellas de la Delegación Cuauhtémoc que cada uno está constituido por partes o departamentos en los que se verificará el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y su relación en la calidad en el servicio. Si partimos del concepto del sistema empresarial podemos afirmar que el sistema es el conjunto de elementos relacionados entre sí y con el ambiente externo o entorno. Si se considera a la empresa como un conjunto de elementos, y éstos se encuentran en relación directa o

indirecta con el entorno, entonces la empresa es un sistema (Ramírez, 1993:41).

Esta investigación es del tipo explicativo, las variables sujetas de estudio están fuera del alcance de manipulación del investigador.

Dentro de esta Tesis se utilizará el denominado método de “Sistemas”, con el propósito de analizar holísticamente la situación actual y proponer las acciones para mejorar la situación, a continuación se presenta la matriz en donde se verifica la coherencia y lógica de los elementos de la investigación:

Tabla 1. Matriz de Congruencia

EL ENFOQUE SISTÉMICO EN EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS HOTELES CINCO ESTRELLAS DE LA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC CIUDAD DE MÉXICO					
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	SISTEMAS RELEVANTES	DIMENSIÓN	ITEM
Diagnosticar el uso actual de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hoteles de 5 estrellas de la delegación Cuauhtémoc del DF. Utilizando el Paradigma Sistémico para su estudio.		¿El uso de la tecnología existente dentro de los hoteles 5 estrellas es el adecuado?	Uso de las tecnologías de información y comunicación		
	Analizar los conceptos y teorías que fundamentan la investigación.	¿Cuáles son los conceptos que fundamentan el uso de las tecnologías de información y comunicación en los servicios?	Conceptos de las Tecnologías de Información y Comunicación		4

	Generar un estado del arte con base en el análisis de conceptos relacionados con la investigación.	¿Cuáles son las Tecnologías de Información y comunicación actualmente utilizadas en la oferta de servicios turísticos?	Herramientas Tecnológicas actuales que auxilian el uso de la información y comunicación		1,2
	Analizar las tecnologías de información y comunicación utilizadas en la prestación de servicios	¿Con que facilidad se han adaptado los prestadores de servicios y los consumidores a estas tecnologías?	Adaptación Tecnológica Reciente de los prestadores de servicios		3
	Verificar si el uso que se da a las tecnologías de información y comunicación con que cuentan los hoteles caso de estudio es el apropiado	¿Cómo afectan las tecnologías de información y comunicación en el avance continuo?	Utilización y repercusión de las TIC's en los hoteles		5,7,8,9, 11
	Estudiar el papel que desempeña el ser humano y su interacción con las tecnologías de información y comunicación utilizadas	¿Qué impacto han producido las tecnologías de información y comunicación en la Administración de los Hoteles?	Interacción de la Tecnología con el hombre, sus ventajas y desventajas		6,10,12, 13,14

Fuente: Elaboración Propia

LIMITACIONES TEMPORALES Y ESPACIALES

La investigación se realiza en la Delegación Cuauhtémoc de la Ciudad de México, se estudiarán los hoteles de cinco estrellas. Además de investigar las características que destacan el uso de las TIC's en el caso de estudio, con el fin de verificar si el uso que se da a las Tecnologías de Información y Comunicación con que cuentan estos hoteles es el apropiado; y por otro lado estudiar el papel que desempeña el ser humano y su interacción, control y manejo que tienen de las mismas. En un período comprendido de 2009, 2010

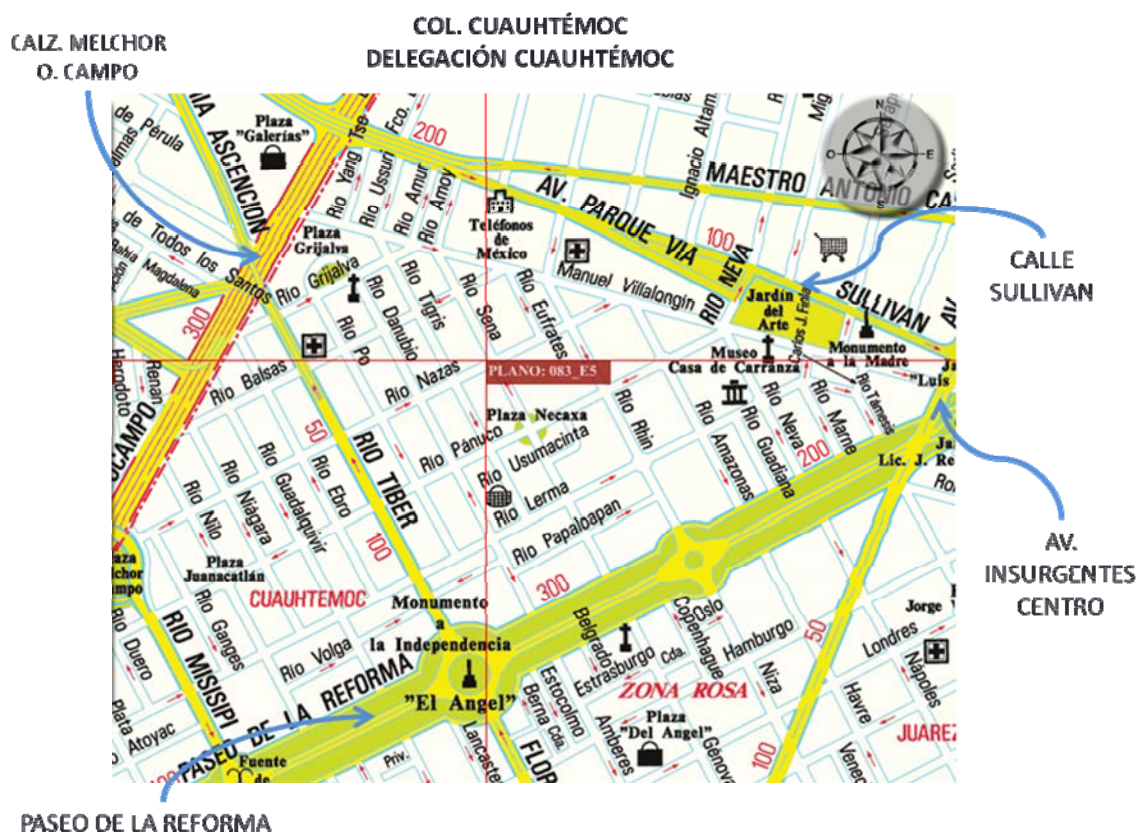


Figura.- 1 Localización de los hoteles de 5 estrellas.

Fuente: Elaborado a partir de GuiaRoji (2010)

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Empresas Turísticas

Las empresas turísticas son un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que de acuerdo con Acerenza (1984) se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos divididos en los subconjuntos transporte, alojamiento, alimentación, amenidades y diversión, establecimientos comerciales y servicios complementarios. Si bien es cierto que estos servicios nacen para atender las necesidades de los viajeros, también es importante mencionar que pueden satisfacer la demanda local que busca satisfacer sus necesidades de recreación.

Las empresas turísticas son aquellas que se especializan en la prestación de productos y servicios propios de la actividad turística, es decir, que están preparadas para responder a las necesidades, expectativas, exigencias y tendencias del dinamismo del sector turismo.

Dentro de las empresas turísticas formales, es decir, las que están integradas al modelo industria turística, de acuerdo con Baez (2000) los requerimientos específicos tomados en consideración para el reclutamiento de su personal consideran los aspectos conductuales constituidos por la presentación del personal, la cortesía y las actitudes y, por otro lado, los aspectos técnicos constituidos por el manejo de materiales y sistema de trabajo, así como el dominio del idioma. Por lo que las empresas turísticas buscan personas que puedan cumplir con una función en específico y que, por lo tanto, estén dispuestos a desarrollar su actividad conscientes de que lo hacen frente a los clientes, quienes juzgan el desempeño de la empresa a través de la forma en la que los empleados cumplen sus funciones.

El Mercado Turístico está compuesto por demandantes y oferentes de servicios turísticos que buscan y cubren respectivamente las necesidades de desplazamiento pernoctación, alimentación, recreación y esparcimiento. La empresa es la unidad de producción básica que contrata factores de producción para elaborar y vender bienes y servicios, a su vez, las empresas de servicios son aquellas que no producen ni venden bienes materiales, sino

que ofrecen al consumidor el disfrute directo de una actividad (Monchon, 2004:18).

Dado a que estas empresas son prestadoras de servicios y, por lo tanto, constituyen la oferta turística, es de vital importancia mencionar las características propias de los servicios para poder entender el funcionamiento de las empresas de hospedaje, principalmente los hoteles tema que nos ocupa. Las características de los servicios de acuerdo Kotler (1997) son:

Intangibilidad.- Los servicios son esencialmente intangibles y con frecuencia no es posible gustar, sentir, ver, oír u oler los servicios antes de comprarlos.

Inseparabilidad.- Con frecuencia los servicios no se pueden separar de la persona del vendedor, por lo que la creación o realización del servicio puede ocurrir al mismo tiempo que su consumo.

Heterogeneidad.- Con frecuencia es difícil lograr estandarización de producción en los servicios, debido a que cada "unidad" Prestación de un servicio puede ser diferente de otras "unidades". Además, no es fácil asegurar un mismo nivel de producción desde el punto de vista de la calidad.

Carácter perecedero.- Los servicios son susceptibles de perecer y no se pueden almacenar, por lo que cada unidad que no se venda se perderá para siempre

Por otro lado, las empresas turísticas se especializan en atender a un segmento específico de demanda, es decir, a un tipo de turismo que desarrolla una cierta actividad, la segmentación del mercado consiste en su descomposición total en un número reducido de subconjuntos llamados segmentos, teniendo estos que ser suficientemente homogéneos en cuanto a sus necesidades motivaciones y gustos y suficientemente heterogéneos entre sí para poder diferenciarlos. El mercado turístico está segmentado de acuerdo a los motivadores de viajes, entre los cuales se encuentran el descanso, el placer, el deportivo, el de negocios, el de vacaciones, el de salud, el cultural, el religioso, el estudiantil y el de aventura (Cárdenas, 1991).

Las empresas Turísticas presentan dos fenómenos en común. Por una parte, la periodicidad de la demanda, es decir, que al responder a cierto segmento de mercado dependen del ciclo de temporalidad que determina su grado de actividad. Por otro, lado responden de manera sensible a los acontecimientos que alteran los grados de seguridad de las personas, como los desastres naturales, el terrorismo o las enfermedades contagiosas que generan una contracción en la demanda que, aunado a la estacionalidad, producen pérdidas cuantiosas para los prestadores de servicios, siendo los hoteles los que mayor impacto reciben por este hecho (SECTUR, 2006).

Por otro lado las empresas de alojamiento son aquellas que se dedican de manera profesional y habitual, mediante una remuneración económica, a ofrecer servicio de hospedaje de forma temporal, mientras que las empresas de restaurantes son aquellos establecimientos que disponen de cocina y comedor con el fin de ofrecer alimentos mediante un precio para ser consumidas en el mismo local, pueden estar o no dentro de los hoteles.

2.1.2. Hotelería

La definición de hotel es: Lugar que proporciona alimentación y hospedaje, un lugar de entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio domestico, operado bajo una fase para obtener utilidades (Baez, 2000).

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial se emplearon los transportes con fines civiles, lo que dio gran impulso a el turismo internacional y al nacimiento de la hotelería intensiva, debido a la creación de la corporación de hoteles internacionales en Estados Unidos y a el surgimiento de la cadena Hilton internacional, con el que se inicia el desarrollo de los establecimientos de hospedaje en el ámbito internacional (Jiménez, 1993). Por esta razón, se transformó la manera de hacer turismo y, por ende, el sector de la hotelería, debido a que los hoteles se integraron en grandes corporativos (cadenas hoteleras), caracterizados por una clasificación de servicios por categorías que determinan el tipo, número y calidad de los servicios e instalaciones (Orfila, Crespi & Martínez, 2005).

Más que otros servicios turísticos de acuerdo con Burgess (2007), los hoteles, por su gran demanda requieren establecer modelos de producción apropiados que aseguran la calidad de los servicios, por lo que se acude a la estandarización como medida de homogenización perteneciente al modelo industria turística. Sin embargo la homogenización fue introducida por los grandes corporativos, cuyo principal objetivo es establecer controles por medio de la creación de estándares de calidad, para asegurar un nivel de servicios a sus huéspedes, que reduce los costos de mercadotecnia y de operación, procurando el manejo administrativo y la generación de economías de escala, para mantener una función centralizada que asegurar el éxito de las inversiones.

La importancia de la pertenencia de un hotel a una cadena determina el éxito o fracaso de la compañía, es decir, que se busca la pertenencia a una cadena hotelera bien posicionada en el mercado, que se especialice en cierto sector y que sea reconocida internacionalmente por su trayectoria. La esencia de los elementos anteriores la encontramos en el nombre de la marca, dentro de las empresas turísticas, la marca simboliza la aceptación de los clientes, es decir, la percepción de los clientes de cómo está organizada la hospitalidad. La marca está constituida por el logotipo el nombre y el slogan, y es una rápida forma para un hotel de cadena de estar identificado y diferenciado en la mente de los clientes.

En la industria de la hospitalidad los clientes toman su decisión de compra con base a la percepción de la marca de la empresa, en donde se asocia la marca con la calidad de los productos o servicios. Una buena marca incrementa la preferencia de los clientes por su producto y crea fidelidad, los hoteles con buena marca tienen más posibilidades de llenarse y de incrementar su tarifa promedio (Hong-Bumm & Woo Gong).

A diferencia de otras compañías, de acuerdo con Jingham (2005), las empresas hoteleras presentan dos grandes problemas: la falta de conocimientos de los gerentes o administradores y la carente libertad dentro de la toma de decisiones gerenciales, debido a que los corporativos mantienen un monitoreo continuo a las acciones, productividad, niveles de inventario y manejo de

recursos. Sin embargo lo anterior, aunado a los bajos incentivos a los ejecutivos, genera una situación que merma la creatividad y crea monotonía en la forma de operar y de dirigir los servicios hoteleros.

Hoy en día, las organizaciones requieren ser creativas para afrontar los aspectos globales y más aun dentro de las empresas de hospedaje en donde se requiere que los administradores desarrollen sus funciones de planeación, operación y manejo de recursos en donde se considere que la creatividad es esencial y, sobre todo dirigiéndola hacia la motivación del personal (Wong & Pang 2003), enfocándola hacia los ámbitos que generen confianza, determinación y la comunicación requeridas para afrontar los momentos de verdad (interacciones cliente-prestador) que resulten en percepciones positivas en los clientes y constituyan una ventaja diferencial ante los competidores.

Por otra parte, las nuevas Tecnologías de la Información (TIC's) han generado el desarrollo de los servicios dentro del turismo, y más aun dentro de la hotelería ya que permiten a los huéspedes incluso hacer sus reservaciones por Internet, a precios muy atractivos. La utilización de la Tecnología de la Información en la industria hotelera ha cambiado la forma de brindar los servicios a los huéspedes, haciéndola más productiva al reducir los costos de operación y agilizando la fluidez de los servicios, sin embargo el cambio tecnológico ha sido tan vertiginoso que los gerentes no logran asimilar entender ni integrar la información de los sistemas de información dentro de la toma de decisiones gerenciales (Prakash 2007).

Lo anterior ha provocado que a pesar de que se tengan informaciones de los gustos y preferencias de los huéspedes, aun antes de su llegar al hotel en los Profiles, se generen errores en la producción y control de los servicios, por tal motivo el papel que juega el consumidor cliente o turista es relevante para el control de las operaciones ya que constituye la retroalimentación de la prestación de servicios, en donde el cliente es co-productor en el sistema de producción de servicios. El rol de un co-productor es proveer de información clave al tiempo que los servicios son producidos (Oslen & Connolly, 2000: 30-40) por tal razón, es de vital importancia crear un acercamiento de los gerentes hacia los huéspedes, este acercamiento se debe a las necesidades que tiene la

empresa por conocer, entender y solucionar los requerimientos individuales de los clientes.

En el negocio de la hotelería, los servicios y la información deben ser diseñados para hacer más eficiente la transformación de la materia prima en el producto o servicio finales con valor añadido según Kothari, Hu & Roehl (2005), es decir, tratar de que el huésped quede satisfecho con los servicios prestados lo cual se logra a través del manejo de (CRM) Customer relationship management, que está constituido por la relación que establecen los gerentes con los clientes, para diseñar los servicios orientados al cliente, lo cual ayuda a diseñar la mercadotecnia, la venta y el procesos de servicios (Sigala, 2005).

Una de las principales prioridades de la industria hotelera es mantener a sus clientes satisfechos, a través de la calidad del servicio, lo que ha profesionalizado el sector, la satisfacción de los clientes a menudo se confunde con la calidad del servicio, cuando en realidad la satisfacción del cliente es el resultado de su percepción en donde el cliente realiza una comparación entre los servicios esperados y la percepción final que capta al finalizar el servicio. Por esta razón, la gerencia tiene que estar muy pendiente de las percepciones que hacen sus clientes sobre sus servicios, enfocándose en crear las condiciones internas necesarias que propicien mejores percepciones a la vez que diseña las políticas y estándares que ayuden a los empleados a aumentar el grado de satisfacción experimentado en la prestación del servicio.

Dentro de cualquier empresa existe una estructura organizacional que resulta necesaria para poder alcanzar sus objetivos, sin embargo la constitución de la estructura organizacional dentro de las empresas de hospedaje debe de corresponderse con el medio de manera que permita la fluidez de información y recursos, a la vez que facilite el logro de los objetivos. Dentro de las empresas de hospedaje resulta más conveniente una estructura descentralizada, en donde los gerentes participan en el desarrollo de la empresa y obtienen más información y tienen mayor autonomía, lo que lleva más fácilmente al logro de las metas y objetivos (Subramaniam, McManus & Mia, 2002).

La estructura descentralizada, dentro de las empresas de hospedaje permite que los gerentes de nivel medio puedan tener acceso a la información para la toma de decisiones, debido a que el flujo de información se podría utilizar para resolver problemas específicos dentro de un área del hotel a través del comité técnico o problemas generales del hotel a través del comité ejecutivo; además de permitir el flujo de información hacia arriba, es decir, permitir la solución de problemas desde el personal de primera línea, quienes son los primeros en conocer los cambios que presenta la demanda, y los requerimientos individuales de los clientes.

El uso del manejo administrativo en últimas fechas ha resultado ser una ventaja, sin embargo existe una imperfecta competencia entre los hoteles pertenecientes a una cadena debido a las diferentes localizaciones, la diferencia en la calidad y la variedad de los servicios por lo que los gerentes son obligados a alcanzar la eficiencia para sobrevivir en diferentes contextos (Pestana & Mascareñas, 2005: 415-421), es decir que las políticas y procedimientos de marca están diseñados para garantizar la operabilidad de los establecimientos, sin embargo es preciso considerar los contextos individuales en los que operan los hoteles para poder establecer estrategias validas que sirvan para incrementar los beneficios que se otorgan a los clientes a la vez que se integra a la gerencia media en la toma de decisiones.

2.1.3. Clasificación de los Hoteles

En 1985, La Secretaría de Turismo, elaboró un cuestionario de clasificación hotelera, sin embargo por existir diferencias en los criterios de evaluación, en 1991 se efectuó un estudio de los diferentes documentos de clasificación de países como Suiza, Italia, Francia, España, Estados Unidos y Canadá, en donde fueron tomados los conceptos más importantes y para 1992 se crea un nuevo cuestionario.

Actualmente la Secretaría de Turismo, es el desarrollo y fomento de la actividad turística, por lo que creó la instalación de la Comisión Consultiva de Hospedaje, cuya finalidad es definir el Programa de modernización de los servicios de Hospedaje.

El Cuestionario se Reestructuró y fue aprobado para su aplicación el 1 de diciembre de 1992.

El nuevo Cuestionario cuenta con las siguientes características:

Se realiza una tipificación de los establecimientos de hospedaje de acuerdo al mercado al que estén enfocados, o bien su ubicación.

❖ VACACIONAL O RECREATIVO.

Establecimiento destinado al descanso, recreación o esparcimiento del huésped. Se ubica generalmente en zonas de playa, ciudades coloniales y centros turísticos naturales.

❖ NEGOCIOS O CIUDAD.

Establecimiento destinado principalmente para atender al hombre de negocios, ubicado en grandes ciudades, zonas fronterizas o capitales de Estados.

❖ TRÁNSITO

Establecimiento ubicado cerca de terminales de transporte aéreo, férreo, marítimo o carretero.

❖ ESPECIAL

Establecimientos comúnmente llamados “pequeños grandes hoteles”, su ubicación o características son particulares, ya que pueden estar ubicados en zonas privilegiadas, desde un punto de vista arqueológico o natural. Podrán ser especiales por tener una actividad o arquitectura única sin importar el tamaño sin embargo deberán de contar con un alto grado de calidad, tanto en servicio, personal, mobiliario y equipo.

1. Se elimina el cuestionario de categoría gran turismo. Homologación Internacional.
2. Se incluye un capítulo sobre higiene en alimentos y bebidas.

3. Se incluye el evaluar el estado de conservación del mobiliario y equipo (apariencia física) y estado de funcionamiento (eléctrico y /o mecánico) del equipo.
4. A cada concepto se le ha asignando una puntuación, subdividiéndose un total sobre cada capítulo.

En Julio de 1996 la subcomisión de Hospedaje del Comité Técnico Nacional de Normalización Turística, bajo la coordinación de la Concanaco – Servitur, definieron un nuevo cuestionario de clasificación hotelera bajo la Norma Mexicana de establecimientos de hospedaje habiéndose definido tres categorías de establecimiento de hospedaje con dos sub categorías cada uno:

✓ CATEGORÍA DE LUJO

- Gran Turismo
- Cinco Estrellas

✓ CATEGORÍA PRIMERA CLASE

- Cuatro estrellas
- Tres estrellas

✓ CATEGORÍA COMERCIAL

- Dos estrellas
- Una estrella

A pesar de los esfuerzos realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y algunas otras corporaciones de carácter internacional, hasta la fecha no se cuenta, a nivel mundial, con un criterio de clasificación uniforme que permita identificar el tipo de servicio y modalidades de establecimientos de hospedaje, razón por la cual señalamos aquí algunos criterios que, sujetos a la interpretación particular de cada país, podrían facilitar su clasificación en términos generales

CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN

- a) Por la calidad y diversidad de los servicios: de lujo, de primera clase, de segunda y de tercera.
- b) Por la estadía del usuario: residencial y comercial.
- c) Por el tiempo que dura abierto: de estación y permanente.
- d) Por la localización geográfica: de ciudad, de montaña, de campo, de largo y de playa.
- e) Por su proximidad a las terminales de transporte y a las vías de comunicación: de terminal terrestre, de terminal aérea, de terminal marítima o de navegación interior y de carretera.
- f) Por la dimensión del mismo: pequeño, mediano y grande.
- g) Por la forma en que opera y las instalaciones con que cuenta: tipo hotel y tipo extra hotel.
- h) Por su organización: interdependiente y de cadena.

Certificación de clasificación de calidades para establecimientos de hospedaje.

Este Programa surge con el objeto de impulsar la confianza, credibilidad y reconocimiento de la oferta de hospedaje en México. Se establece a través de una norma de carácter voluntario que contiene criterios considerados a nivel nacional para la certificación de parámetros Internacionales. Ya que los retos más importantes que enfrentan las empresas de alojamiento en el siglo XXI, está el de incorporar, o en su caso, adoptar un conjunto de estrategias que les permitan incrementar sus índices de productividad, competitividad y rentabilidad, a fin de consolidar su posicionamiento y permanencia en los mercados turísticos nacionales e internacionales de este siglo.

El modelo de Estrellas y Diamantes pretende objetivos tales como:

- Consolidar la adopción de la Certificación de Calidades en Establecimientos de Hospedaje, homologable, comparable y equivalente

con los principales modelos de clasificación de hoteles en los principales destinos turísticos del mundo.

- Promover un orden mínimo en el contexto de las actividades de hospedaje a nivel nacional, que permita la planeación estratégica y la presupuestación financiera.
- Impulsar un orden mínimo de la actividad en su conjunto, que promueva elementos reales de confianza, credibilidad y reconocimiento en México como destino turístico internacional.
- Determinar los requisitos mínimos para clasificar la oferta, permitiendo la diferenciación de manera general entre las diferentes opciones de servicio y categorías (diferentes estrellas y diferentes diamantes).

La calidad definida y certificada proporciona seguridad y confianza, sin duda, una de las estrategias con mayor viabilidad para acceder a tales beneficios, está representada por la capacidad que la empresa de alojamiento pueda desarrollar para garantizar a sus clientes la calidad y seguridad de los productos y servicios que ofrece a través de una certificación de tercera parte, imparcial, independiente y sobretodo objetiva basada en principios aceptados mundialmente y con pleno reconocimiento internacional.

Un reto nacional de esta naturaleza requiere del involucramiento y de la suma de esfuerzos de los principales actores del sector turismo en México.

De aquí surge el Modelo para la Certificación de Calidades de Hospedaje denominado STAR'S & DIAMONDS acordado con criterios de otros países, que nos permita como sector enviar una señal clara y confiable al turista nacional y extranjero de que los establecimientos de hospedaje del país son confiables, seguros y capaces de cumplir lo que ofrecen, definiendo así la calidad y cumplimiento con la misma, demostrando mediante la certificación, el cumplimiento de los productos, servicios, categoría y servicios administrativos pactados lo que sin duda contribuye de forma categórica a fortalecer el reconocimiento del establecimiento como destino turístico, al ofrecer opciones al turista seguras, confiables y de calidad mexicana certificada.

Los requisitos de este Programa son:

STAR´S & DIAMOND´S

Estrellas (Instalaciones)

- Mobiliario en habitación
- Equipo en habitación
- Instalaciones en habitación
- Accesorios en habitación

Diamantes (Servicios)

- Servicio en habitación
- Estado de conservación y limpieza de materiales de recubrimiento en pisos, techos, muros y mobiliario.
- Estado de conservación y limpieza de elementos decorativos
- Documentación administrativa
- Cumplimiento de la norma turística

Los Beneficios con los que cuentan los establecimientos de hospedaje una vez certificados por el programa son:

- Incrementar la rentabilidad y las utilidades de su empresa, al definir su calidad y contar esta con una clasificación certificada en la medida en que se atiende a una demanda cada vez más satisfecha y repetitiva.
- Impulsar la credibilidad y reconocimiento nacional e internacional a través de la definición de su calidad y el cumplimiento de la misma.
- Lograr mayor eficiencia en la prestación de los servicios y por ende, disminución en las quejas de sus clientes.

- Integrar la operación de su establecimiento con la cultura de calidad y el compromiso con la mejora continua.
- Vincularse de forma mucho más directa y confiable con mayoristas, operadores de viajes, agencias de viajes y clientes que a través de la definición de su producto vs. Nichos de mercado puntuales.
- Sentar las bases para la implantación de sistemas de aseguramiento de calidad ISO 9000.
- Uso de los derechos a nivel nacional e internacional de la marca y certificado STAR´S & DIAMOND´S.
- Integrarse a un Directorio Internacional de Establecimientos Certificados.

Así mismo los clientes también tendrán beneficios, ya que existe una mayor posibilidad de identificación rápida, oportuna y veraz de su establecimiento entre la enorme gama de productos y servicios que ofrecen en el mercado nacional e internacional; la facilidad para localizar la mejor opción de hospedaje, asegurado así una mayor satisfacción y seguridad tanto en las instalaciones como en los servicios seleccionados, logrando de este modo que cada visitante cubra sus expectativas y regrese a su lugar de residencia convertido en un excelente promotor de sus establecimientos en un huésped repetitivo. (Calidad Mexicana Certificada CALMECAC).

El sistema de hospedaje de que dispone actualmente la ciudad de México, está constituido en su mayor parte por hoteles, por dicha razón es necesario implementar una forma de clasificar los servicios de alojamiento (hotel), una de ellas es la más usada en Europa, considerando sus categorías de una a cinco estrellas, de acuerdo a los servicios y calidad de los mismos, así como la capacitación y experiencia de los empleados que laboren en ella (Baez, 2000). Para poder otorgar una categoría a los hoteles, hacían una evaluación con los datos de la siguiente tabla:

Tabla 2. Categorizaciones Anteriores

Habitación	40 puntos
Servicios Principales	25 puntos
Servicios Complementarios	10 puntos
Instalación Física	15 puntos
Personal administrativo y de servicio	10 puntos
Total	100 puntos

Fuente. Báez (2000), Clasificación hotelera.

Dependiendo del puntaje que tenga el hotel se le asignaba la estrella que le corresponda de acuerdo a la siguiente escala:

1. 5 Estrellas..... de 95 a 100 puntos
2. 4 Estrellas..... de 85 a 94 puntos
3. 3 Estrellas..... de 79 a 84 puntos
4. 2 Estrellas..... de 69 a 69 puntos
5. 1 Estrella..... de 50 a 59 puntos

La Secretaria de Turismo originó un sistema muy similar al usado en otros países, en este caso se entrega un cuestionario que estaba diseñado para determinar los requisitos necesarios para poder obtener la clasificación de una a cinco estrellas y gran turismo.

El cuestionario está constituido por 10 capítulos los cuales son:

1. Superficie de la habitación
2. Mobiliario y servicios en la habitación
3. Instalaciones sanitarias en la habitación
4. Número y características de los ascensores
5. Características del área de recepción y administración
6. Establecimientos de alimentos y bebidas o de espectáculos
7. Servicios o instalaciones complementarias o recreativas

8. Áreas comerciales
9. Condiciones de seguridad e higiene
10. Servicios de mantenimiento y conservación

Rangos determinantes para las estrellas:

Gran turismo.....	108 requisitos
5 Estrellas.....	de 96 a 101 requisitos
4 Estrellas.....	de 71 a 76 requisitos
3 Estrellas.....	de 47 a 52 requisitos
2 Estrellas.....	de 33 a 37 requisitos
1 Estrella.....	de 24 a 27 requisitos

La Secretaria de Turismo obligaba al cumplimiento de las características antes mencionadas a los hoteleros del país utilizando las estrellas para su clasificación, pero algunos organismos de hospedaje no tienen la concordancia con la que se califican por cierto número de estrellas ya que la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles tienen una diferente, con respecto a SECTUR. La capital de México cuenta con aproximadamente 600 establecimientos de hospedaje, ubicando el mayor número en la categoría de 5 estrellas en la Delegación Cuauhtémoc.

Requisitos para obtener las estrellas son:

Tabla 3. Número de requisitos para las Estrellas

Estrellas	Número de Requisitos
	18
	28
	40
	57
	70

Fuente. Elaboración propia con datos de CALMECAC

Los requisitos que para obtención de las estrellas que solicita CALMECAC (2009) son los siguientes:

Apagador de escalera en buró Tarjetón de no molestar y servicio de habitación Iluminación decorativa Espejo de cuerpo entero Control remoto para T.V. Lavabo en baño (dentro o fuera de la habitación) Inodoro con asiento y tapa (dentro o fuera de la habitación) Jabonera en área de regadera Piso o tapete antiderrapante en área de regadera Sistema por aspersión contra incendios Caja de seguridad en habitación Secadora de cabello Espejo de baño Llave de agua en baño Porta papelera Toalla de medio cuerpo Cesto de basura en habitación Cama con cabecera Llave de agua fría y caliente en lavabo (dentro de la habitación) Barra de seguridad en baño Blancos (sabana de cajón o similar, sabana plana, cobertor, funda de almohada, cubrecama, almohada y protector de colchón) Taburete o silla Tocador o cómoda con espejo en área de dormir Ventilador en habitación (según aplique) Destapador Área de regadera dentro de la habitación Cortina o cancel en área de regadera Toallero en baño Espejo a lo largo de la plancha del gabinete Buró Puerta de acceso con seguro interior	Puerta de acceso con mirilla Llave mezcladora en lavabo Clóset con puerta(s) Ganchos en clóset (8) Televisión a color dentro de la habitación Mesa de servicio con silla Detectores contra incendios Luz de cortesía Ventana abatible Aparato telefónico en habitación Cortina de frescura o gasa Porta maletas Decoración en muros Cortina decorativa con cortijero en ventana (o equivalente) Equipo de aire acondicionado y/o calefacción Iluminación artificial Espejo de aumento o vanidad, en área de lavabo Apagador de luz Lámpara de lectura Jabonera en lavabo Contacto eléctrico Control independiente de aire acondicionado Teléfono en baño Toalla facial Cortina ahulada para obscurecer Doble papelera Lavabo con gabinete o pedestal Porta pañuelos Toalla de manos Porta batas Toalla de cuerpo entero Tapete de piso o felpa en área de baño Contacto eléctrico en área de lavabo Iluminación en área de lavabo Regadera en baño (dentro o fuera de la habitación) Cesto de basura en el baño Clóset Cama
---	---

Fuente. Elaboración propia con datos de CALMECAC

2.2 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC'S)

Tecnologías de Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. Es un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales. Algunos ejemplos de estas tecnologías son la pizarra digital (ordenador personal + proyector multimedia), los blogs, el podcast y, por supuesto, la web.

Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) son las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información. Han permitido llevar la globalidad al mundo de la comunicación, facilitando la interconexión entre las personas e instituciones a nivel mundial, y eliminando barreras espaciales y temporales (Rosario, 2005).

Las TIC's agrupan un conjunto de sistemas necesarios para administrar la información, y especialmente los ordenadores y programas necesarios para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla. Los primeros pasos hacia una sociedad de la información se remontan a la invención del telégrafo eléctrico, pasando posteriormente por el teléfono fijo, la radiotelefonía y, por último, la televisión. El Internet, la telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La revolución tecnológica que vive la humanidad actualmente es debida en buena parte a los avances significativos en las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Los grandes cambios que caracterizan esencialmente esta nueva sociedad son: la generalización del uso de las tecnologías, las redes de comunicación, el rápido desenvolvimiento tecnológico y científico y por ende la globalización de la información.

Es realmente increíble lo que se ha logrado con la Tecnología de la Información Comunicación; ¿Quién iba a pensar que podrías hablar y ver al mismo tiempo a una persona en cualquier parte del mundo?. Los alcances tecnológicos han sido mejorados unos por otros tan rápido que no se ha podido disfrutar de una nueva tecnología mucho tiempo, cuando alguien ya lo mejoró; o se revolucionó completamente determinado el programa, artefacto o sistema; o bien, a alguien se le ocurrió inventar algo que vuelve loco al mundo entero (Frew, 2005).

Las TIC's ofrecen toda una gama de oportunidades de emprender nuevas y variadas formas de negocios con importantes ahorros en costos, mejoras en la calidad y atributos de innovación de los productos y servicios. Asimismo, las TIC's impactan todas las formas de comunicación y los procesos del negocio, y su implantación requiere nuevas formas de pensar y diferentes dinámicas de trabajo; también proporcionan información importante a los proveedores respecto de las necesidades y gustos de sus clientes.

Las empresas que eligen no hacer caso del fenómeno de las TIC, o mirarlo como una actividad secundaria, se ponen a sí mismas en peligro porque sus competidores importantes explotarán las oportunidades que ofrecen para elevar su competitividad. Así, el sector turístico se ha convertido en un gran promotor del desarrollo de nuevas tecnologías. Un producto turístico promovido por medios electrónicos representa sólo información, al menos en un primer momento, por lo que diversas aplicaciones de las TIC encuentran en este sector un nicho natural de desarrollo (Buhalis y Law, 2008).

El uso de las TIC se orienta principalmente al mercadeo y la distribución, es decir, a la promoción de destinos turísticos, de productos y servicios y, eventualmente, a la venta y reservación de éstos. Sin embargo, en muchos casos la información generada a partir de la compra, relativa a la experiencia del cliente con el producto o servicio adquirido, no es aprovechada y se pierden oportunidades, entre otras, para el desarrollo de nuevos productos y servicios.

La administración y explotación de esa información sobre el cliente permite a las empresas involucradas, mediante estrategias y sistemas, desarrollar productos y servicios que los consumidores esperan, incrementando las

posibilidades de ganar su lealtad frente a las diversas opciones que existen en el mercado.

México se está desarrollando cada día en el aspecto de alta tecnología; aunque, su paso es lento y no actualizado logra poco a poco obtener TIC's para reducir costos, procedimientos y mano de obra; a su vez, incrementa el número de tecnologías para su mejor manejo.

La adquisición de TIC's no garantiza el éxito de la empresa, ni asegura que se aproveche todo su potencial. La falta de conocimiento y dominio de las tecnologías, provoca una inadecuada elección y aplicación en procesos sustantivos.

El principal inhibidor para la adopción de TIC's es la falta de interés de los mismos empresarios, derivado del desconocimiento de lo que la Tecnología puede hacer por la empresa. (CESTUR, 2009).

Nuestra sociedad está pasando por una época de información y conocimiento revolucionario ayudando a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación a una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad.

Hoy en día, los ciudadanos pueden realizar cómodamente desde sus casas u oficinas trámites de índole administrativo como compras de bienes, pagos de servicios públicos, turísticos, entre otros; a través de páginas web en Internet, evitando traslados, papeleo y largas esperas.

Dentro del campo económico, constituye el núcleo principal del sector de la alta tecnología (high-tech), el cual integra fundamentalmente las industrias dedicadas a la medicina, ordenadores, componentes electrónicos, la comunicación, el procesamiento de datos y la investigación aplicada.

Uno de los argumentos más manejados para apoyar el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación consiste en difundir las posibilidades dirigidas en hacer más accesible la información a gran parte de la población mundial (Sigala, et al, 2007).

Lamentablemente, para una gran cantidad de cosas no estamos capacitados o no tenemos la infraestructura en telecomunicaciones y mucho menos el capital necesario para poder construir o innovar lugares o servicios. Por lo que, optamos por tratar de mejorar algo que ya está mal, obsoleto o deteriorado no teniendo otra salida para poder crear algo nuevo adoptar nuevas tendencias tecnológicas.

Si bien es cierto que la necesidad de comunicarse hace mas notorio el carácter indispensable del conocimiento sobre las tecnologías de información y comunicación y la aplicación de éstas en distintos ámbitos de la vida humana, se hace necesario también reconocer las repercusiones que traerá consigo la utilización de estas nuevas tecnologías ya sean benéficas o perjudiciales (Hitz et al, 2006).

Ventajas:

Las ventajas reconocibles en torno a las relaciones existentes entre el incremento en la producción y difusión de nuevas tecnologías y las posibilidades que las empresas tienen de acceder a conocerlas y utilizarlas conocimiento de los factores endógenos y exógenos que inciden en la apropiación de las innovaciones tecnológicas por parte de las empresas trae a cuenta que los procesos de innovación tecnológica pueden ser entendidos como un proceso de innovación social que moviliza las capacidades de la organización, constituyéndose en una instancia de generación de conocimiento que remite a los saberes que se recrean en diferentes áreas de la empresa, en un proceso dinámico, continuo y acumulativo; que modifica y reelabora las competencias organizativas.

Otras ventajas que podemos mencionar son las siguientes:

- ✓ Brindar grandes beneficios y adelantos en salud y educación;
- ✓ Potenciar a las personas y actores sociales, ONG, etc., a través de redes de apoyo e intercambio y lista de discusión.
- ✓ Apoyar a las PYME de las personas empresarias locales para presentar y vender sus productos a través de la Internet.

- ✓ Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.
- ✓ Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).
- ✓ Ofrecer nuevas formas de trabajo, como teletrabajo
- ✓ Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas.
- ✓ Facilidades
- ✓ Exactitud
- ✓ Menores riesgos
- ✓ Menores costos

Desventajas:

Los beneficios de esta revolución no están distribuidos de manera equitativa; junto con el crecimiento de la red Internet ha surgido un nuevo tipo de pobreza que separa los países en desarrollo de la información, dividiendo los educandos de los analfabetos, los ricos de los pobres, los jóvenes de los viejos, los habitantes urbanos de los rurales, diferenciando en todo momento a las mujeres de los varones. Según se afirma en el informe sobre el empleo en el mundo(2001 de la OIT "la vida en el trabajo en la economía de la información"), aunque el rápido desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación (TIC) constituye una "revolución en ciernes", las disparidades en su difusión y utilización implican un riesgo de ampliación de la ya ancha "brecha digital" existente entre "los ricos y los pobres" tecnológicos.

El internauta típico a escala mundial es hombre, de alrededor de 36 años de edad, con educación universitaria, ingresos elevados, que vive en una zona urbana y habla inglés. En este contexto, las mujeres latinoamericanas - y especialmente aquéllas de ingresos bajos que viven en zonas rurales - tienen

que enfrentar un doble o un triple- desafío para estar incluidas y conectadas en el desarrollo de la aldea global de las TICs.

Otras desventajas que se pueden observar en la utilización de las tecnologías de información y comunicación son:

- ✓ Falta de privacidad
- ✓ Aislamiento
- ✓ Fraude
- ✓ Merma los puestos de trabajo

Las tecnologías de información y comunicación tienen como características principales las siguientes:

- Son de carácter innovador y creativo, pues dan acceso ha nuevas formas de comunicación.
- Tienen mayor influencia y beneficia en mayor proporción al área educativa ya que la hace más accesible y dinámica.
- Son considerados temas de debate público y político, pues su utilización implica un futuro prometedor.
- Se relacionan con mayor frecuencia con el uso de la Internet y la informática.
- Afectan a numerosos ámbitos de la ciencia humana, como la sociología, la teoría de las organizaciones o la gestión.
- En América Latinase destacan con su utilización en las universidades e instituciones países como: Argentina y México, en Europa: España y Francia.

Las principales nuevas tecnologías son:

- Internet
- Robótica
- Computadoras de propósito específico
- Dinero electrónico

Resulta un gran alivio económico a largo plazo. Aunque en el tiempo de adquisición resulte una fuerte inversión.

Las principales tecnologías de información y comunicación, son utilizadas entre los principales países de América Latina como son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela y la élite de países más poderosos del mundo: el G7, compuesto por Estados Unidos, Canadá, Japón, Alemania, Francia, Italia y Reino Unido (CESTUR, 2009).

Las estadísticas e investigaciones soportan el hecho de que las TICs han constituido la clave del desarrollo y crecimiento económico de los países durante los últimos años.

2.2.1. Ciencia de los Sistemas

El concepto de sistema arranca del problema de las partes y el todo, ya discutido en la antigüedad por Hesíodo (siglo VIII a. C.) y Platón (siglo IV a. C.) Sin embargo, el estudio de los sistemas como tales no preocupa hasta la Segunda Guerra Mundial, cuando se pone de relieve el interés del trabajo interdisciplinar y la existencia de analogías (isomorfismos) en el funcionamiento de sistemas biológicos y automáticos. El pensamiento científico surge de la necesidad del hombre por dar explicación a los fenómenos de la naturaleza atribuidos a cuestiones mágicas, la filosofía y la ciencia nacieron y florecieron cuando los griegos comenzaron a encontrar un orden controlable por el pensamiento y la acción racional, (Bertalanffy & Weinberg, 1987:29-31).

Sin embargo, el esquema mecanista de vías causales aislables y el tratamiento merista resultaban insuficientes para afrontarse a problemas teóricos,

especialmente en las ciencias bio-sociales, por tal razón Ludwin Von Bertalanffy introdujo la idea de los organismos como un sistema en sus escritos de 1925, publicando su primer escrito formal en 1932 *Theoretische Biologie* y en 1950 publica los problemas de la vida, y anexa el ensayo *Teoría de Sistemas Abiertos en Física y Biología*, poniendo de manifiesto que las leyes de los sistemas se manifiestan como analogías, es decir que se aplican leyes formalmente idénticas a fenómenos totalmente distintos. A partir de las investigaciones de Bertalanffy se desarrolla la cibernética de Weiner, la Teoría de la Información de Shannon y Weaver y la teoría de los juegos de Von Newman (Bertalanffy, 1995:9-13).

En general, dentro de la conceptualización de sistema, los autores que lo han definido están de acuerdo en que es, un conjunto de partes coordinadas y en interacción para alcanzar un conjunto de objetivos (Johansen,1975:54).

Para el Diccionario de la real Academia (2001), sistema es “un conjunto de elementos integrados entre sí, aunque compuesto de estructuras diversas, ejecuta una función imposible de realizar por una cualquiera de las partes individuales”.

La Ciencia de Sistemas tiene muy diversas interpretaciones conceptuales debido a que ésta es una ciencia aún en formación. Existe en general un entendimiento sobre el concepto de ciencia de sistemas con capacidad para servir muchos propósitos y muchas situaciones de la realidad. Pero no hay un entendimiento general sobre el contenido de la ciencia de sistemas, por el contrario, hay infinidad de versiones y puntos de vista diferentes de lo que es la ciencia de sistemas. Tiene como componentes principales un dominio, un subsistema de conceptos, un subsistema de teorías y un subsistema de metodologías.

Con lo anterior se define a la Ciencia de Sistemas como la Ciencia que se encarga del estudio fundamental de poder interpretar al mundo en una forma unitaria, con un orden mediante modelos y metodologías formales, intuitivas, hermenéuticas como un componente integral de los sistemas estudiados. I

2.2.2. Enfoque de Sistemas

La aparición del enfoque de sistemas tiene su origen en la incapacidad manifiesta de la ciencia para tratar problemas complejos. El método científico, basado en reduccionismo, repetitividad y refutación, fracasa ante fenómenos muy complejos por varios motivos:

El número de variables interactuantes es mayor del que el científico puede controlar, por lo que no es posible realizar verdaderos experimentos; La posibilidad de que factores desconocidos influyan en las observaciones es mucho mayor. Como consecuencia de esto, los modelos cuantitativos son muy vulnerables.

El problema de la complejidad es especialmente patente en las ciencias sociales, que deben tratar con un gran número de factores humanos, económicos, tecnológicos y naturales fuertemente interconectados. En este caso la dificultad se multiplica por la imposibilidad de llevar a cabo experimentos y por la propia intervención del hombre como sujeto y como objeto (racional y libre) de la investigación.

La mayor parte de los problemas con los que tratan las ciencias sociales son de gestión: organización, planificación, control, resolución de problemas, toma de decisiones, etc. En nuestros días estos problemas aparecen por todas partes: en la administración, la industria, la economía, la defensa, la sanidad, etc.

Así, el enfoque de sistemas aparece para abordar el problema de la complejidad a través de una forma de pensamiento basada en la totalidad y sus propiedades que complementa el reduccionismo científico (Checkland, 1999).

Lord Rutherford pronunció la frase que refleja más claramente el éxito del método científico reduccionista durante el primer tercio de este siglo: "Hay Física y hay coleccionismo de sellos". El objetivo último era explicar cualquier fenómeno natural desde el punto de vista de la Física.

Fueron los biólogos quienes se vieron en primer lugar en la necesidad de pensar en términos de totalidades. El estudio de los seres vivos exigía

considerar a éstos como una jerarquía organizada en niveles, cada uno más complejo que el anterior. En cada uno de estos niveles aparecen propiedades emergentes que no se pueden explicar a partir de los componentes del nivel inferior, sencillamente porque se derivan de la interacción y no de los componentes individuales.

En los años cuarenta comienza un vivo interés por los estudios interdisciplinarios con el fin de explorar la tierra de nadie existente entre las ciencias establecidas. Estos estudios ponen de manifiesto la existencia de analogías (más bien isomorfismos) en la estructura y comportamiento de sistemas de naturaleza muy distinta (sistemas biológicos, mecánicos, eléctricos, etc.). Así es como Wiener y Bigelow descubren la ubicuidad de los procesos de realimentación, en los que informaciones sobre el funcionamiento de un sistema se transmiten a etapas anteriores formando un bucle cerrado que permite evaluar el efecto de las posibles acciones de control y adaptar o corregir el comportamiento del sistema. Estas ideas constituyen el origen de la Cibernética, cuyo objeto es el estudio de los fenómenos de comunicación y control, tanto en seres vivos como en máquinas.

Un concepto previo al de comunicación es el de información. Los trabajos en este campo de Wiener y especialmente de Shannon llevaron a establecer una teoría estadística de la información. En esta misma década, von Bertalanffy proponía los fundamentos de una Teoría de Sistemas Generales y en 1954 se crea la Sociedad para la Investigación de Sistemas Generales. El programa de la sociedad era el siguiente:

Investigar el isomorfismo de conceptos, leyes y modelos en varios campos, y promover transferencias útiles de un campo a otro, favorecer el desarrollo de modelos teóricos adecuados en aquellos campos donde faltará reducir en lo posible la duplicación de esfuerzo teórico en campos distintos así como promover la unidad de la ciencia, mejorando la comunicación entre los especialistas (Gómez y Tejeida, 2008).

El enfoque de sistemas o pensamiento sistémico se basa en la utilización del concepto de sistema como un todo irreducible.

Un enfoque es un punto de vista o estilo de observación análisis o evaluación de un problema bajo cualquier situación dada, el enfoque de sistemas es utilizado para solucionar problemas complejos de las organizaciones desde una perspectiva global, realizando un análisis de la totalidad de los componentes así como sus interrelaciones. El enfoque de sistemas tiende hacia la aplicación de una perspectiva holística (Cárdenas, 1978:).

En este enfoque no se resuelve un problema desarticulado sino que se le considera como parte de un sistema mayor, debido a que la suma de los criterios aplicados a las partes rara vez es igual a los criterios del todo.

El Enfoque Sistémico trata de llegar a la síntesis dialéctica entre los métodos cuantitativos y cualitativos, considerándolos como complementarios y no sólo trata de dar explicación al fenómeno sino promulga el mejoramiento, es decir que no solamente se limita al conocimiento del sistema sino que promulga su mejora (Tejeida 2004).

El Enfoque Sistémico trata de generar la viabilidad en los sistemas que estudia o diseña, los sistemas viables son aquellos capaces de mantener una existencia separada, es decir, estos sistemas tienen su propia capacidad de resolver problemas. Para sobrevivir, el sistema no solo necesita la capacidad de responder a los cambios del ambiente que le son familiares, sino que necesita haber potencial para responder a los cambios inesperados y desconocidos; tomando en consideración que si se le otorga demasiada libertad caerá en el caos, por lo que se tiene que diseñar el sistema considerando el grado de autonomía suficiente para mantenerlo dentro de los límites viables y al mismo tiempo satisfacer los objetivos (Beer, 1979).

2.2.3. La Teoría General de los Sistemas y el Turismo

La Teoría General de los Sistemas de Ludwig von Bertalanffy (1995), definió un sistema como: “Un conjunto de elementos que son interrelacionados entre ellos y también relacionados con el entorno.”

Esto lleva a ver turismo como un sistema interrelacionado e integrado: el sistema de turismo, lo cual permite:

1. Hacer resaltar la interdependencia en turismo que existe de varios elementos interrelacionados cooperando para cumplir objetivos comunes. Esto es demostrado por la teoría general de los sistemas
2. La naturaleza abierta del sistema de turismo: El sistema de turismo es dinámico y cambiando constantemente y siempre hay nuevos conceptos y fenómenos llegando.
3. La complejidad y variedad en todos los aspectos de turismo.
4. Refleja mejor el gran nivel de competitividad presente en turismo hoy en día.
5. Reconoce el nivel de fricción y desarmonía en turismo al final de los años 90.

El turismo, según la Teoría General de Sistemas, se puede considerar como un sistema abierto, que permite identificar las características básicas de sus elementos. De manera simplificada se puede representar al turismo con tres subsistemas a) relaciones ambientales, b) organización estructural, c) o de las acciones operacionales. Cada uno de los conjuntos se considera como un subsistema, ya que representa funciones específicas.

El Subsistema de Relaciones Ambientales se compone de un conjunto de condiciones del medio donde se desenvuelve la actividad turística y tendrá un determinado ambiente económico, social, ecológico y cultural, en constante movimiento, que interactúan con el Sistema de Turismo, en una relación múltiple y compleja.

El Subsistema de Organización Estructural está formado por los elementos que componen la estructura e infraestructura imprescindibles para que exista turismo. En este sistema participa el Estado, definiendo Política Nacional o local de turismo, así como, el resto de instituciones públicas y privadas que participan en la actividad o facilitan la misma, creando condiciones en la comunidad para su desarrollo. Son propias de este subsistema una estructuración del Sistema Nacional de Turismo, su ordenación jurídico-

administrativa y determinación de normas y hechos necesarios para conseguir su ordenación.

El Subsistema Operativo de Turismo, por su importancia en esta investigación será tratado pormenorizadamente, en un punto independiente.

A partir un punto de vista del estudio, en la conceptualización del sistema hay que destacar el elemento cliente. En modelos de gestión estratégica está altamente jerarquizado el concepto de cliente, porque con sus inputs (necesidades, deseos, expectativa, satisfacción) optimizan la configuración del sistema y lo retroalimentan con la participación directa en el proceso de producción consumo- evaluación.

Subsistema operativo de turismo

El conjunto de acciones operacionales en el mercado turístico, donde existe la producción y el consumo, según oferta y demanda, se garantiza por el sistema de distribución. Por ser objeto de este estudio se necesita una visión detallada de elementos componentes del subsistema. Las características del subsistema están influidas por peculiaridades del producto turístico como tal.

Por formar parte del sector servicios, las características más relevantes de los productos son: intangibles, necesario contacto productor y cliente, participación simultánea del usuario en el proceso de producción. Estas características condicionan particularidades en el sector turismo y su producto:

La empresa turística no trabaja con stock por la inmaterialidad del producto.

Esto ocurre con el transporte, el alojamiento, operadoras de turismo, agencias de viajes y casi todas empresas de sistema;

Los servicios turísticos son, como cualquier servicio, percibidos con el tiempo.

El producto final, en sentido macroeconómico, es un conjunto de prestaciones, muy variado, de un lado, y nunca idéntico, de otro. Es un producto concebido a partir de una serie de otros servicios.

El producto final ha de estar compuesto por el propio consumidor, que tiene la posibilidad de organizar su propio viaje turístico.

El consumidor debe dirigirse al propio lugar de producción turística, para disfrutar de consumo y satisfacer sus deseos y necesidades;

El consumidor de turismo debe pagar sus gastos antes de consumirlos.

La calidad del producto turístico estará siempre en función de la multiplicidad de contactos directos entre empresas y cliente.

La ley de utilidad marginal decreciente no es aplicable al fenómeno turístico.

Los viajes de turismo forman parte de los productos cuyo consumo se estimula con el propio consumo.

Estas características del turismo son muy complejas. El turista se desplaza para disfrutar a otro lugar, que muchas veces no conoce. Espera obtener productos y servicios que satisfagan necesidades y deseos. Para consumir producto turístico como tal, se requiere participar de múltiples empresas y personas que no siempre tiene los mismos patrones de calidad. Así, la estancia en un lugar puede quedar arruinada por un mal trato en el aeropuerto, o porque algunos de los elementos que conforman el “paquete” no fueran bien coordinados. Las características son las que aumentan la complejidad en las empresas turísticas para el diseño de sus estrategias competitivas, ya que, para conseguir un adecuado posicionamiento de mercado, la empresa ha de considerar que forma parte de un sistema, y adecuar la oferta a esa característica.

El producto turístico se constituye con el trabajo de muchas empresas, que no siempre se relacionan. Para identificar qué empresas se pueden considerar como “empresas de turismo”, según Krippendorf (1971), basta elegir aquellas que proveen, no importa de que manera, bienes materiales o servicios turísticos, que sirven para la satisfacción de necesidades de turistas, y, que durante la distribución entran en contacto con ellos. Como existen muchos tipos de necesidades, las empresas asumen mayor o menor importancia para el turista en función de la satisfacción que la misma les proporciona.

Krippendorf (1971) elaboró unas relaciones, en Cuadro, que reúne los principales grupos de necesidades turísticas, de un lado, y, de otro, las principales empresas capaces de satisfacerlas.

Necesidades Empresas Turísticas

Traslados de lugar Transporte de corta y larga distancia (vía: férrea, autovías, aérea, marítima)

Alojamiento Hotel, motel, pensión, establecimientos de salud, sanatorios, camping, y otros.

Restauración En hoteles, moteles, entre otros. Restaurantes, tearoom, entre otros.

Tiendas de productos alimenticios, kioscos entre otros.

Entretenimiento Equipamientos o medidas específicas tomadas al respecto en los hoteles, moteles. Cines, teatro, casino, juegos, dancing, bar, entre otros.

Equipamientos deportivos, profesores de deportes o escuela de deportes variados.

Salud de restablecimiento Establecimientos de salud, sanatorios, establecimiento de baños termales, etc.

Información y organización de viajes

Agencias de viaje, órganos de turismo y sociedades de desarrollo, empresas de transporte, hoteles, entre otros.

Desde los años cincuenta, a través de la creación de una asociación denominada la Sociedad para la Investigación General de los Sistemas, Kennet E. Boulding, Anatol Rapoport, Ralph Gerard y Ludwig von Bertalanffy, sistematizan y difunden la Teoría General de Sistemas (TGS), como una epistemología y un método común a todas las ciencias aplicable a distintos objetos de estudio. El concepto clave de la teoría, es el sistema, que se aplicó

de manera general para concebir a elementos que se relacionaran significativamente entre sí, (Gutiérrez; 1984:).

El turismo definido como sistema de acuerdo con Molina,1996 está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo en común, el sistema turístico es un sistema abierto relacionado con su medio ambiente, con el que establece una serie de intercambios, en donde importa insumos que al ser procesados se convierte en productos o servicios que a su vez al ser consumidos por la población retroalimentan el sistema acerca de la calidad de los servicios y por lo tanto el sistema podrá introducir cambios (Molina, 1996).

El sistema turístico se da a conocer en América Latina con los trabajos realizados por el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (IMIT), quienes lo definen como “un conjunto claro que se relaciona con servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar funciones que promuevan, favorezcan y mantengan la afluencia y estancia temporal de los visitantes” (Rodríguez; 1982). Esta forma de definir al sistema turístico hace mención a una clara concepción orgánica. En este caso el sistema turístico coadyuva a tener supervivencia.

El sistema turístico, presenta una tendencia centrífuga de explorar nuevos espacios, hacia otras áreas geográficas, como resultado de un impulso. Esto se dio con la aparición del turismo como una nueva actividad social, su práctica fue incluyendo a un mayor número de destinos a nivel internacional, los cuales por efecto de fuerzas del gobierno y por las empresas trasnacionales quienes se fueron incorporando al sistema turístico (Apostolopoulos; 2002).

Leiper en el año de 1979 elaboró un modelo sobre el sistema turístico que se adoptó en 1990 en el cual hace mención a los turistas que son el actor principal dentro del sistema, a los elementos geográficos que se identifican con tres ámbitos que son: la región generadora de viajeros, la región de destino turístico y la región de tránsito en ruta, considera que la industria turística es el rango donde los negocios y las empresas se involucran. Interactuando con los demás para poder establecer una red de comunicación y de transacciones,

generando una serie de impactos en los ámbitos geográficos donde se ejecuta la acción. Este modelo ha sido útil para referir el sistema clientes y proveedores del producto y de los servicios turísticos entre las áreas geográficas distintas.

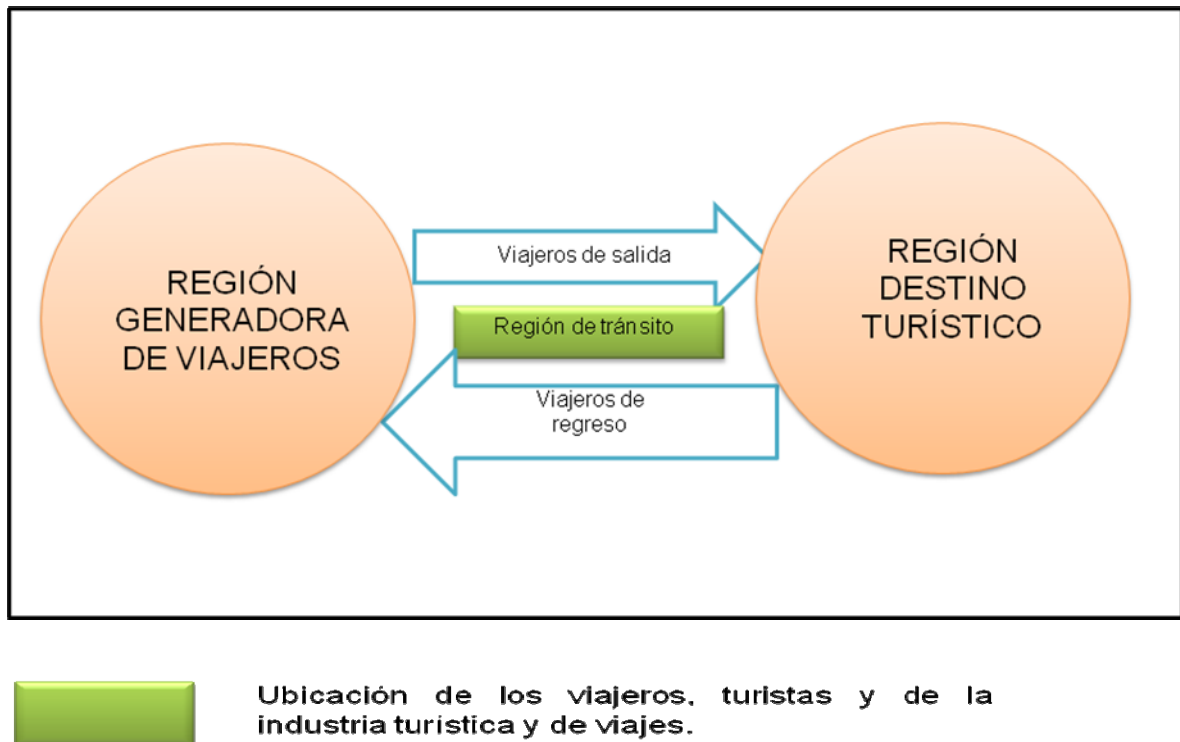


Figura 2. El sistema turístico básico de Leiper

Fuente: Cooper (1997: 3)

Para 1982, Sergio Molina, pionero del estudio del turismo en México, describió al turismo desde una concepción sistémica de la siguiente forma: "el turismo... está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas que lo componen, son la superestructura, atractivos, infraestructura, equipamiento e instalaciones, comunidad receptora, y demanda.

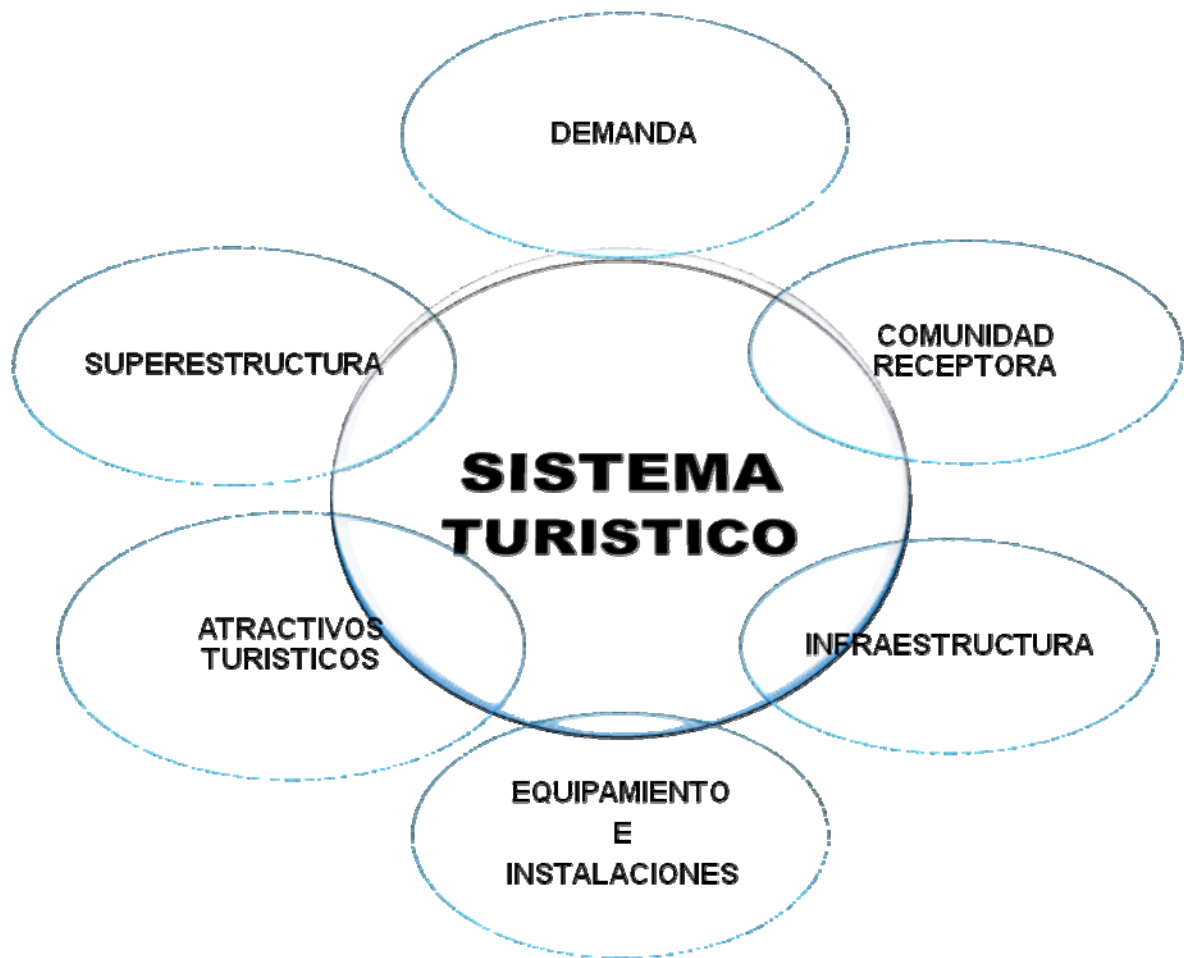


Figura 3. Componentes del sistema turístico según Molina.

Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta de Molina (1996)

- a) La superestructura: se compone de organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas.
- b) La demanda: constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero.
- c) La infraestructura: incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, etc.
- d) Los atractivos: naturales y Culturales.
- e) El equipamiento y las instalaciones: se integran por hoteles, moteles, campings, trailer parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albergas, canchas de tenis, etc.)

La comunidad receptora se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo.” (Molina; 1986)

Este autor caracterizó a la actividad turística como un sistema abierto, sustentándose en una visión holística, que pretendía “conocer la complejidad organizada y la totalidad.” (Molina; 1986). En este sentido, el turismo fue concebido de una manera totalizante e integradora, como un “objeto orgánico”, dinámico y probabilístico.

Fundamentado en el modelo orgánico de los sistemas, la caracterización de Molina sobre el sistema turístico tuvo la importante aportación de precisar elementos componentes, lo que sirvió de soporte para múltiples investigaciones empíricas que lo tomaron como base conceptual, aunque sólo se limitó a describir los componentes sin abundar en la explicación de sus relaciones.

En 1986 Manuel Rodríguez Woog (1986), destacado estudioso del turismo en México, señalaba la necesidad de trabajar de manera rigurosa la sustentación teórica del sistema turístico, advirtiendo que debía reconocerse en él los siguientes elementos:

- a) Su percepción como totalidad;
- b) Su cualidad emergente, al poseer atributos no reductibles a los elementos que lo originan y que conllevan a conocerlo más por sus cualidades que por sus cantidades;
- c) El proceso de diferenciación de su estructura, como respuesta a ciertos estímulos del medio ambiente y a su conducta teleológica;
- d) La equifinalidad y multifinalidad de los procesos en los que el turismo existe que permiten su estudio particular sin perder la perspectiva de la totalidad.

Los elementos que señala Rodríguez apuntan en la necesidad de profundizar en el estudio de las relaciones sistémicas del turismo, tanto para la identificación de su estructura como para la caracterización de las relaciones con el entorno. Dicha necesidad toma fuerza en la medida que en la década de los años setenta y ochenta del siglo XX, tras veinte años de operar un turismo masificado en el ámbito internacional, la evolución de la práctica turística dio

cuenta de un conjunto de efectos económicos, sociales, políticos y culturales que transformaron y degradaron social y ambientalmente los destinos turísticos del mundo subdesarrollado, efectos de los que hasta entonces no se tenía conocimiento y que era necesario entender a través de modelos conceptuales que explicaran la red de relaciones que se entreteje en torno a la actividad turística

En la década de los años noventa, los modelos de sistema turístico incorporaron un esquema sistémico procesal, superando las concepciones mecánica y orgánica. Dos ejemplos de esta nueva concepción la ofrecen las propuestas de Gunn (2002) y Ascanio (en Schlüter, 2000), ambos basados en la variante del feed back positivo. El primero ofrece un modelo más contemporáneo sobre los componentes del sistema turístico como base conceptual para la planificación turística, concibiendo a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la conducción de dicho sistema. Describe además los factores externos al sistema que influyen en su funcionamiento: financiamientos, recursos culturales, recursos naturales y políticas.

Cabe mencionar que aunque se han hecho esfuerzos por conceptualizar el turismo a través de la Sistémica, dichas interpretaciones han tenido como base fundamental la Teoría de Sistemas de los 40's y 50's y a la fecha no se han generado nuevas conceptualizaciones basadas en la Sistémica contemporánea, inclusive sus conceptos principales, en algunos casos, no han sido tomados en cuenta, veamos a continuación los conceptos más elementales de la Teoría de Sistemas:

Ambiente

Se refiere al área de sucesos y condiciones que influyen sobre el comportamiento de un sistema.

Atributo

Son características y propiedades estructurales o funcionales que caracterizan las partes o componentes de un sistema.

Cibernética

Se trata de un campo interdisciplinario que intenta abarcar el ámbito de los procesos de control y de comunicación (retroalimentación) tanto en máquinas como en seres vivos. El concepto es tomado del griego kibernetes que nos refiere a la acción de timonear una goleta (N.Wiener.1979).

Complejidad

Es aquella que se compone de diversos elementos. La complejidad sistémica está en directa proporción con su variedad y variabilidad, por lo tanto, es siempre una medida comparativa.

Elemento

Se entiende por elemento de un sistema las partes o componentes que lo constituyen. Estas pueden referirse a objetos o procesos. Una vez identificados los elementos pueden ser organizados en un modelo.

Estructura

Las interrelaciones más o menos estables entre las partes o componentes de un sistema, que pueden ser verificadas (identificadas) en un momento dado, constituyen la estructura del sistema. Según Buckley (1970) las clases particulares de interrelaciones más o menos estables de los componentes que se verifican en un momento dado constituyen la estructura particular del sistema en ese momento, alcanzando de tal modo una suerte de "totalidad" dotada de cierto grado de continuidad y de limitación. En algunos casos es preferible distinguir entre una estructura primaria (referida a las relaciones internas) y una hiperestructura (referida a las relaciones externas).

Información

La información tiene un comportamiento distinto al de la energía, pues su comunicación no elimina la información del emisor o fuente. En términos formales "la cantidad de información que permanece en el sistema es igual a la información que existe más la que entra, es decir, hay una agregación neta en la entrada y la salida no elimina la información del sistema" (Johannsen. 1975). La información es la más importante corriente negentrópica de que disponen los sistemas complejos.

Organización

N. Wiener planteó que la organización debía concebirse como "una interdependencia de las distintas partes organizadas, pero una interdependencia que tiene grados. Ciertas interdependencias internas deben ser más importantes que otras, lo cual equivale a decir que la interdependencia interna no es completa" (Buckley. 1970). Por lo cual la organización sistémica se refiere al patrón de relaciones que definen los estados posibles (variabilidad) para un sistema determinado.

Modelo

Los modelos son constructos diseñados por un observador que persigue identificar y mensurar relaciones sistémicas complejas. Todo sistema real tiene la posibilidad de ser representado en más de un modelo. La decisión, en este punto, depende tanto de los objetivos del modelador como de su capacidad para distinguir las relaciones relevantes con relación a tales objetivos. La esencia de la modelística sistémica es la simplificación. El meta modelo sistémico más conocido es el esquema input-output.

Retroalimentación

Son procesos mediante los cuales un sistema abierto recoge información sobre los efectos de sus decisiones internas en el medio, información que actúa sobre las decisiones (acciones) sucesivas. Mediante los mecanismos de retroalimentación, los sistemas regulan sus comportamientos de acuerdo a sus efectos reales y no a programas de outputs fijos.

Retroalimentación negativa

Este concepto está asociado a los procesos de autorregulación u homeostáticos. Los sistemas con retroalimentación negativa se caracterizan por la mantención de determinados objetivos. En los sistemas mecánicos los objetivos quedan instalados por un sistema externo (el hombre u otra máquina).

Retroalimentación positiva

Indica una cadena cerrada de relaciones causales en donde la variación de uno de sus componentes se propaga en otros componentes del sistema, reforzando la variación inicial y propiciando un comportamiento sistémico caracterizado por

un autor reforzamiento de las variaciones (circularidad, morfogénesis). La retroalimentación positiva está asociada a los fenómenos de crecimiento y diferenciación. Cuando se mantiene un sistema y se modifican sus metas/fines nos encontramos ante un caso de retroalimentación positiva. En estos casos se aplica la relación desviación-amplificación (Mayurama. 1963).

Servicio

Son los outputs de un sistema que van a servir de inputs a otros sistemas o subsistemas equivalentes.

Sistemas (dinámica de)

Comprende una metodología para la construcción de modelos de sistemas sociales, que establece procedimientos y técnicas para el uso de lenguajes formalizados, considerando en esta clase a sistemas socioeconómicos, sociológicos y psicológicos, pudiendo aplicarse también sus técnicas a sistemas ecológicos.

Sistemas abiertos

Se trata de sistemas que importan y procesan elementos (energía, materia, información) de sus ambientes y esta es una característica propia de todos los sistemas vivos. Que un sistema sea abierto significa que establece intercambios permanentes con su ambiente, intercambios que determinan su equilibrio, capacidad reproductiva o continuidad, es decir, su viabilidad (entropía negativa, teleología, morfogénesis, equifinalidad).

Sistemas cerrados

Un sistema es cerrado cuando ningún elemento de afuera entra y ninguno sale fuera del sistema. Estos alcanzan su estado máximo de equilibrio al igualarse con el medio (entropía, equilibrio). En ocasiones el término sistema cerrado es también aplicado a sistemas que se comportan de una manera fija, rítmica o sin variaciones, como sería el caso de los circuitos cerrados.

Sistemas cibernéticos

Son aquellos que disponen de dispositivos internos de auto comando (autorregulación) que reaccionan ante informaciones de cambios en el ambiente, elaborando respuestas variables que contribuyen al cumplimiento de los fines instalados en el sistema (retroalimentación).

Sistemas triviales

Son sistemas con comportamientos altamente predecibles. Responden con un mismo output cuando reciben el input correspondiente, es decir, no modifican su comportamiento con la experiencia.

Subsistema

Se entiende por subsistemas a conjuntos de elementos y relaciones que responden a estructuras y funciones especializadas dentro de un sistema mayor. En términos generales, los subsistemas tienen las mismas propiedades que los sistemas (sinergia) y su delimitación es relativa a la posición del observador de sistemas y al modelo que tenga de éstos. Desde este ángulo se puede hablar de subsistemas, sistemas o súper sistemas, en tanto éstos posean las características sistémicas (sinergia).

Viabilidad

Indica una medida de la capacidad de sobrevivencia y adaptación (morfostásis, morfogénesis) de un sistema a un medio en cambio.

Así pues, se puede concluir que queda un espacio abierto para la conceptualización e interpretación del turismo como fenómeno, así como en el enriquecimiento de su epistemología por medio de la Sistémica Contemporánea

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

3.1.- Metodología del Diagnóstico.

El diagnóstico consiste en buscar las causas de un mal funcionamiento de las empresas visualizadas como sistemas así como de los problemas inherentes al mismo, de la forma más eficiente, a manera de reducir el costo de la investigación y el costo de los errores en un diagnóstico equivocado; para tal efecto se propone el uso de la siguiente metodología.

En el diagnóstico nos interesa determinar si la empresa turística se encuentra en un estado aceptable ó inaceptable por medio de la detección e identificación de subsistemas y la evaluación de desordenes, Los resultados del tratamiento son retroalimentados a la etapa de diagnóstico para determinar la exactitud del tratamiento, y comenzar una nueva investigación sobre la aceptabilidad de los estados sistémicos.

En la presente investigación se considera como sistema a los hoteles cinco estrellas en su totalidad y como subsistemas a cada uno de los departamentos que los integran respetivamente. Dicha investigación pretende diagnosticar el uso actual de las Tecnologías de Información y Comunicación, los beneficios que ha tenido el hotel, con los sistemas y programas actualizados que existen para mejorar el control financiero y administrativo, ahorrando dinero, tiempo, recursos humanos, esfuerzo y procedimientos.

De acuerdo a la necesidad de cada hotel o empresa es posible crear sistemas o programas que ayuden a la simplicidad del trabajo y al ahorro financiero de las mismas. Por tal motivo es importante que el hotel se mantenga a la vanguardia en cuantos aspectos tecnológicos y de manera inmediata les haga llegar la información tanto a los miembros del staff como a los clientes reales y potenciales.

Para poder realizar un diagnóstico en estos sistemas es de suma importancia identificar el instrumento de medición a utilizar, en la asignación de valores numéricos a objetos, eventos llevando con exactitud las reglas.

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad, validez y contar con una regla clara.

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, que produce iguales resultados y se determina mediante diversas técnicas.

La validez, en términos generales, es que el instrumento realmente mida la variable que pretende medir a través de valores numéricos.

3.2. Metodología de Sistemas Suaves

La Metodología de Sistemas Suaves (Soft System Methodology (SSM)), que parte del concepto de Weltanschauung (del alemán: visión, perspectiva o imagen particular del mundo) de Peter Checkland, que es una técnica cualitativa, en donde aborda problemas no estructurados.

Las percepciones de las personas son distintas, a veces contradictorias, y muchas veces confusas. Esta Metodología se ocupa de problemas donde existe un alto componente social, político y humano. Dentro de las organizaciones y de su administración. A comparación de los sistemas duros, que se ocupan más de la tecnología. Es decir, La Metodología de Sistemas Suaves es una manera muy útil de acercar situaciones complejas sociales, y encontrar sus respuestas correspondientes (Briones, 2007).



Figura 4 Metodología de sistemas suaves de Peter Checkland.

Fuente: Adaptado de Tejeida (2004).

A continuación se retoman las etapas de esta metodología con el fin de confirmar su gran utilidad para la investigación.

SSM se divide en siete etapas distintas. Estas son;

(Etapa 1) Situación Problema no Estructurada

Etapa inicial que consiste en investigar el problema no estructurado, se refiere a investigar y encontrar hechos de la situación del problema, para así lograr una descripción en donde existe dicho problema y sin darle ninguna estructura. Ésta es una investigación básicamente en el área del problema. ¿Cuales son los factores claves? ¿Cómo trabaja el proceso ahora? etc.

(Etapa 2) Expresión de la Situación Problema

Situación problema expresado.- Expresar la situación problema con diagramas de Visiones Enriquecidas. En cualquier tipo de diagrama, más conocimiento se puede comunicar visualmente. Un dibujo vale más que 1000 palabras.

(Etapa 3) Definición Raíz de los Sistemas Relevantes

Esta tercera etapa se fundamenta teóricamente en la fenomenología de Husserl.

Se elaboran las definiciones raíz como sentencias que efectúan una transformación, según los diferentes weltanschauung involucrados. La construcción de estas definiciones considera seis factores que deben aparecer explícitos en todas ellas, estos se agrupan bajo las siglas en inglés CATWOE:

C “consumidores” víctimas o beneficiarios de Transformación

A “actores” aquellos que harán la Transformación

T “transformación” es el proceso mediante el cual la entrada se convierte en salida.

W “weltanschauung” la visión que da sentido a la transformación T.

O “owners” propietario(s) del sistema.

E “environment” medio ambiente: interacción y/o restricciones o imposiciones ambientales.

Los elementos especificados conforman una lista de verificación útil para probar que se tiene una definición raíz válida correspondiente a una situación planteada. A excepción de los elementos identificados con las siglas T y W, los cuales no pueden ser omitidos en ningún caso, no es preciso que cada uno de los elementos de la lista se encuentre presente en la definición raíz, pero sí es necesario que si se ha omitido alguno, se haya hecho en forma consciente.

Consumidores o Cliente (C)= Considera a cada uno que puede obtener beneficios de un sistema. Si el sistema implica sacrificios tales como despidos, son víctimas que también deben ser contadas como clientes.

Actores ó agentes (A)= Los agentes transforman entradas en salidas y se realizan las actividades definidas en el sistema.

Transformación (T)= Es la conversión de las entradas en las salidas.

Weltanschauung (W)= Es una expresión alemana para la visión del mundo, o bien, la opinión de los involucrados, hace el proceso de transformación significativo en el contexto.

Dueño (O)= Cada sistema tiene algún dueño o propietario, quien tiene el poder para comenzar y/o para cerrar el sistema.

Ambiente (E)= Los elementos externos que deben ser considerados, tales como políticas organizacionales, aspectos legales y éticos.

Aquí se identifican los posibles candidatos a problemas, elaborando definiciones básicas que implican definir “que” proceso de transformación se impone a hacer en la realidad. Luego de encontrar ciertas definiciones básicas, se procede a definir una sinergia, la cual engloba a todas, y en la cual se centra el estudio.

(Etapa 4) Modelos conceptuales

Se parte de los verbos de acción presentes en las definiciones raíz, se elaboran modelos conceptuales que representen, idealmente, las actividades que, según la definición raíz en cuestión, se deban realizar en el sistema, existirán tantos modelos conceptuales como definiciones raíz.

(Etapa 5) Comparación paso 4 vs. 2

Comparación de los modelos conceptuales con la realidad, se comparan los modelos conceptuales con la situación actual del sistema expresada, dicha comparación pretende hacer emerger las diferencias existentes entre los pasos 4 y 2 lo descrito en los modelos conceptuales y lo que existe en la actualidad en el sistema.

Etapas 6) Cambios factibles y deseables

Se detectan los cambios que son posibles llevar a cabo en la realidad los cambios factibles y deseables. Garantizar que sean deseables y viables. Identifique

(Etapas 7) Implementación del cambio

Es la puesta en marcha o implantación de cambios que fueron detectados en la etapa 6, así como el control de los mismos. Este estadio no representa el fin de la aplicación de la metodología, pues en su aplicación se transforma en un ciclo de aprendizaje con continua conceptualización y habilitación de cambios, siempre tendientes a mejorar la situación.

Los sistemas suaves se identifican como aquellos en que se les da mayor importancia a la parte social. La componente social de estos sistemas se considera la primordial. El comportamiento del individuo o del grupo social se toma como un sistema con fines, con voluntad, un sistema pleno de propósitos, capaz de desplegar comportamientos, actitudes y aptitudes múltiples.

Al comportamiento no solo hay que describirlo si no hay que explicarlo para conocerlo y darle su propia dimensión. Un sistema suave es un sistema con propósitos, que no solo es capaz de escoger medios para alcanzar determinados fines, sino que también es capaz de seleccionar y cambiar sus fines. En estos sistemas se dificulta la determinación clara y precisa de los fines en contraste a los sistemas duros. Los problemas en los sistemas suaves no tienen estructura fácilmente identificable.

3.3.- Análisis del Sistema Hotel.

El software ha facilitado la comunicación de cada uno de los departamentos, para estar en comunicación y la facilidad de acceso a ellos; y sobre todo que es un facilitador de tareas que a través de él ha tenido tanto cosas buenas como malas, ya que ha facilitado la vida del ser humano de una forma magnífica, pero por otro lado ha desplazado a mucha gente en el ámbito laboral.

También hay que tomar en cuenta que la tecnología no se maneja sola, si no que necesita de la mano del hombre para que esta pueda realizar su función.

Una de sus principales ventajas es que se han incrementado las ventas; ya que a través del internet se obtienen más ventas a un nivel más amplio rápido, fácil y con todas las comodidades que el cliente necesita.

Permite saber al hotel la disponibilidad de habitaciones y asegurar a los clientes la reservación de habitaciones.

Facilita la administración efectiva y eficiente de los recursos de la empresa en las áreas de Contabilidad y Finanzas, Inventarios, Almacenes, Ventas, Cobranza, Compras, Activos Fijos, Tesorería y Bancos, Sucursales y Puntos de Venta.

Ofrece un servicio que cubre todos los aspectos de la identidad gráfica y la imagen corporativa.

Se tiene un perfecto control de inventario o capacidad.

Así como estar en constante capacitación para el manejo de estos programas.

El tener un sistema con alta tecnología ayuda a tener ventas y reservaciones en tiempo real, así como los datos de los usuarios, no cabe duda que son programas que han hecho la vida más práctica solo es cuestión de saber utilizarla y contar con las herramientas necesarias para hacerlo. Es importante estar en constante capacitación para el manejo de estos programas ya que debe de mantenerse con tal calidad que mantenga las ventajas de las que se describen para los beneficios de la propia empresa.

Así mismo ayuda a la planeación de la empresa al conocer la gestión por estados de reservaciones tales como pendientes de ingreso, clientes presentados, huéspedes en casa, salidas pendientes del día, salidas procesadas por operador y todas las procesadas en la fecha, y las reservaciones canceladas. De igual manera las ventas reservadas de los

clientes de todo el mundo y; para los clientes asegurar su disponibilidad y reservación en la empresa y destino turístico que escoja.

Los sistemas de software dentro de los hoteles están totalmente diseñados para proporcionar gran flexibilidad y diversas opciones; ya que permiten la creación de paquetes turísticos al alcance de todas las personas que deseen hacer uso de los servicios turísticos, y no turísticos que deseen tener acceso a alguna otra empresa dedicada a otras actividades, todo ello a través de vía internet de una manera muy fácil, rápida y segura.

El surgimiento de la tecnología ha permitido a las empresas que lo utilizan obtener información inmediata sobre sus ventas, estados financieros, sus clientes potenciales y clientes reales, cobranzas, pagos, inventarios, costos, rentabilidad, bancos; así como tener una excelente relación y contacto con todas y cada una de las áreas de la empresa.

La tecnología ha hecho la vida del ser humano más fácil, y flexible ya que está orientado a satisfacer las necesidades de cada persona generando información rápida y confiable. Tiene muchas ventajas pero también tiene la desventaja de que ha suplantado al ser humano y eso no es lo mejor, ya que lo que ha producido ha sido un gran número de desempleo y no debería de ser así ya que la tecnología no se mueve por sí sola todo lleva un proceso, una secuencia para que esta tecnología funcione correctamente.

3.4.- Análisis de la Gestión Actual.

La Asociación Mexicana de Hoteles aseguró que al cierre del año este sector perderá cerca de cuatro mil millones de dólares, ya que cerrarán con una captación de nueve mil 500 millones de dólares contra los 13 mil 200 millones que obtuvieron el año pasado.

El presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles, Rafael Armendáriz Blanquez, señaló que la disminución de los recursos se debe a las crisis que ha azotado al país, como es la económica mundial, la inseguridad y la contingencia por la influenza.

En un comunicado sobre las expectativas de cierre de este año en la actividad turística, la CNT mencionó que "la estadía promedio presenta una tendencia a la baja, lo que indica que aunque la afluencia de turistas ha venido creciendo, estos permanecen menos tiempo en los establecimientos de hospedaje del país".

En cuanto al gasto que los visitantes internacionales ejercerán este año en el territorio nacional, estimó una captación de 11 mil 254 millones de dólares, que significan 15.3 por ciento menos en relación con 2008.

De acuerdo con la información del Centro de Información y Estadística para el Empresariado Turístico (CIEET), el país recibirá también en este año a 58 millones 207 mil excursionistas fronterizos y 5 millones 582 mil pasajeros en crucero, dando en total 63 millones 789 mil excursionistas internacionales, ajustando un total de 85 millones 148 mil visitantes del exterior.

Lo anterior representará una disminución de 7 por ciento en el volumen de personas que arribarán al país en estos 12 meses.

Miguel Torruco, presidente de ese organismo, informó que la inversión privada en el sector turístico reportó un comportamiento ascendente en los últimos años, pero "dada la situación económica por la que pasa el país, en 2009 se estima que esta tendencia se frene, por lo cual las proyecciones para el cierre del año marcan una disminución de casi 22 por ciento, alcanzando un volumen de 3 mil 628 millones de dólares" (Milenio, 2009).

CAPÍTULO IV PROPUESTAS

4.1 Procedimiento

En este capítulo se generan las posibles mejoras para el sistema bajo estudio, para tal efecto se utilizan los conceptos y postulados vertidos en el capítulo anterior acerca de el desarrollo de un diagnóstico bajo la perspectiva sistémica. Como un primer punto se genera la visión del sistema bajo estudio con la definición de sus respectivas fronteras.

La población y muestra de este trabajo se calculó de acuerdo Santesmases (2001). El universo son los hoteles categoría 5 estrellas de la Delegación Cuauhtémoc, conforme a la base de datos de la Asociación Nacional de Hoteles y Moteles A.C (2009), son 23 hoteles de ésta categoría. Como se trata de una población finita; el método de muestreo seleccionado es el no probabilístico dentro del cual se seleccionó el muestreo discrecional. El cuál resulta adecuado debido a que los elementos son elegidos a criterio de quien realiza la investigación acorde al foco y las contribuciones del estudio. Por tanto, de los 23 hoteles se estiman 16 departamentos para cada uno y al calcular la muestra respecto a la población resulta ésta de 22.

Para poder llegar a la comprensión de la visión de los involucrados en el sistema, se diseñó un instrumento de investigación del cual se verifica su congruencia en la tabla número 1, para llegar ha dicho instrumento se realizó una prueba piloto la cuál fue aplicada a 10 departamentos elegidos de forma aleatoria en los hoteles.

En función de la información recopilada y de la Metodología de Sistemas Suaves, los resultados que una prueba ofrece solo tienen peso y significado cuando se relacionan con otras variables significativas.

En la validez de la prueba se mencionan 2 aspectos básicamente, el primero es, qué es lo que mide la prueba y el segundo, hasta qué punto la prueba mide lo que dice medir, el instrumento de medición.

Para poder llegar a un estado de validez y confiabilidad en el instrumento de medición diseñado, en esta investigación se cubrieron básicamente tres aspectos:

1. Se realizó una prueba piloto.
2. Se validó por expertos utilizando la experiencia de tres gerentes generales de los hoteles bajo estudio.
3. Se realizó la corrección de preguntas en función de las consideraciones generadas en los puntos anteriores.
4. Se realizó una reestructuración de los reactivos, para reducir tiempo en el momento de la lectura de los reactivos así como al instante de contestar fuera más práctica y rápida.
5. Se midió la confiabilidad del instrumento utilizando la prueba KR20, la cual resultó de de .99.

Con estos antecedentes y consideraciones se generó el instrumento final el cual es aplicado en las etapas siguientes de la investigación

4.2 Descripción del Problema no Estructurado.

Las Tecnologías de Información y Comunicación se ven afectadas en un ambiente tanto interno como externo (figura 5). Debido a que en los hoteles de cinco estrellas de la delegación Cuauhtémoc del Distrito Federal; caso de estudio, no cuenta con las tic's necesarias para una adecuada interrelación con todas sus áreas.

El software que se maneja en los hoteles requiere de una actualización ya que administrativamente se requiere reducir tiempos, costos, flexibilidad de horarios, mantenimiento de las instalaciones, seguridad, comodidad y sobre todo calidad en el servicio.

Las instalaciones del hotel de categoría cinco estrellas es de suma importancia, porque se debe considerar infraestructura y tecnología de vanguardia para ofrecer los servicios al cliente con la calidad que requiere. Motivo por el cuál es indispensable una actualización tecnológica para que sus empleados y clientes cumplan con la misión del hotel; El uso de la tecnología es una herramienta que nos apoya en la captación de clientes, brindar un buen servicio ya que lo que más nos interesa es tener satisfecho al cliente desde su ingreso a las instalaciones así como de su estancia para que este a su vez nos recomiende por el servicio de calidad de los hoteles de cinco estrellas de la zona centro de la ciudad de México.

Los recursos humanos son la parte más importante para desarrollar procesos , programas, cursos y capacitación de los empleados para el uso eficiente de los software que se manejan dentro de la misma empresa, así como la rotación en el uso de la tecnología, porque evitamos que se centralice el conocimiento tecnológico en un pequeño grupo de empleados. Todos los trabajadores de un área o departamento específico de estos hoteles deben conocer las actividades a realizar evitando la doble función, la falta de servicio, o el retraso en la actividad por desconocimiento del uso de la tecnología.



Figura 5 Suprasistema.

Fuente: Elaboración Propia (2010).

4.3 Situación del problema no expresado

Los resultados obtenidos en el instrumento de evaluación realizado en los hoteles de la Ciudad de México de la Delegación Cuahutémoc, nos dio el panorama general de la falta de actualización en conocimientos tecnológicos y actualización del equipo, el cual inicia en la dirección administrativa de los hoteles, este rezago de sistemas de información tiene en uso un software que por la demanda del mercado que requieren los clientes externos e internos es ineficiente para mantener una buena interrelación en cada uno de los

departamentos del hotel, es importante reconocer que la infraestructura de sus edificios y la tecnología instalada se mantiene en un estado óptimo para el trabajo a realizar sin dejar de señalar que no están a la vanguardia para ser más competitivos con los demás hoteles de la zona metropolitana, que en estos tres años han visto crecer su demanda.

Una de las demandas que nosotros encontramos en esta investigación es que los clientes requieren calidad desde antes de su llegada al hotel, por medio de la tecnología de promoción y publicidad que manejan, así como en la reservación del servicio ya que el uso de las TIC's en cada uno de los pasos para atraer y lograr la lealtad del cliente potencial le debe dar la certeza de que en los hoteles de cinco estrellas del centro histórico es única y de vanguardia.

La evaluación del uso de las TICs nos permitió evaluar los softwares que se encuentran instalados en los hoteles de cinco estrellas de la zona centro con esta actividad observamos que es necesario actualizar y capacitar en su uso para beneficio de la empresa y los clientes.

Cabe mencionar que la tecnología no lo es todo y que los clientes requieren de un trato personalizado, quien te brinda un trato amable con apoyo del uso de las TICs te ofrece un servicio con calidad de cinco estrellas.

Siguiendo los pasos de la Metodología de Sistemas Suaves, a continuación se muestra una relación de íconos que representan a los actores:

Interpretaciones



= Recursos Humanos



= Contabilidad



= Ventas



= Restaurant



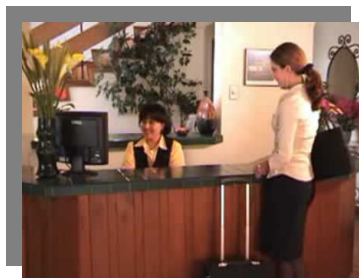
= Sistemas



= Mantenimiento



= Almacén



= Recepción



= Ama de Llaves



= Seguridad

Una vez hecha la representación icónica de los actores, se utiliza par el análisis de la aplicación del instrumento en función de las modas encontradas en las respuestas.

Aceptación: En esta grafica se obseva que en todas las actividades administraivas utilizan un software que les facilita y agiliza los procesos administrativos que se llevan acabo dentro del hotel, trae beneficios ya que agiliza los servicios que ofrecen los empleados a los clientes y los hace mas competitivos dentro del mercado, así mismo ayuda a tener un orden en su base de datos y conocer las necesidades de sus clientes reales.

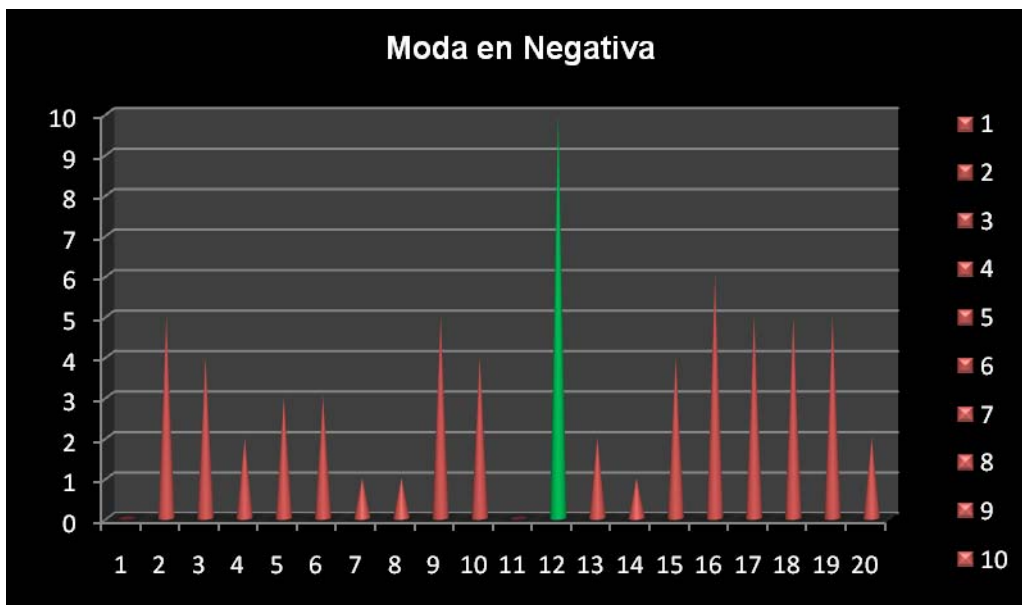
Grafico1. Moda en Aceptación



Fuente: Elaboración Propia con datos de la encuesta.

NEGATIVA: En esta grafica se observa que el hotel requiere de una actualización de software que arroje información sobre la opinión del cliente acerca de los servicios recibidos, expectativas de los clientes reales y potenciales así como las mejoras que este mismo requiera para un mejor servicio, ya que esto generara beneficios de calidad tanto para los clientes como para el hotel.

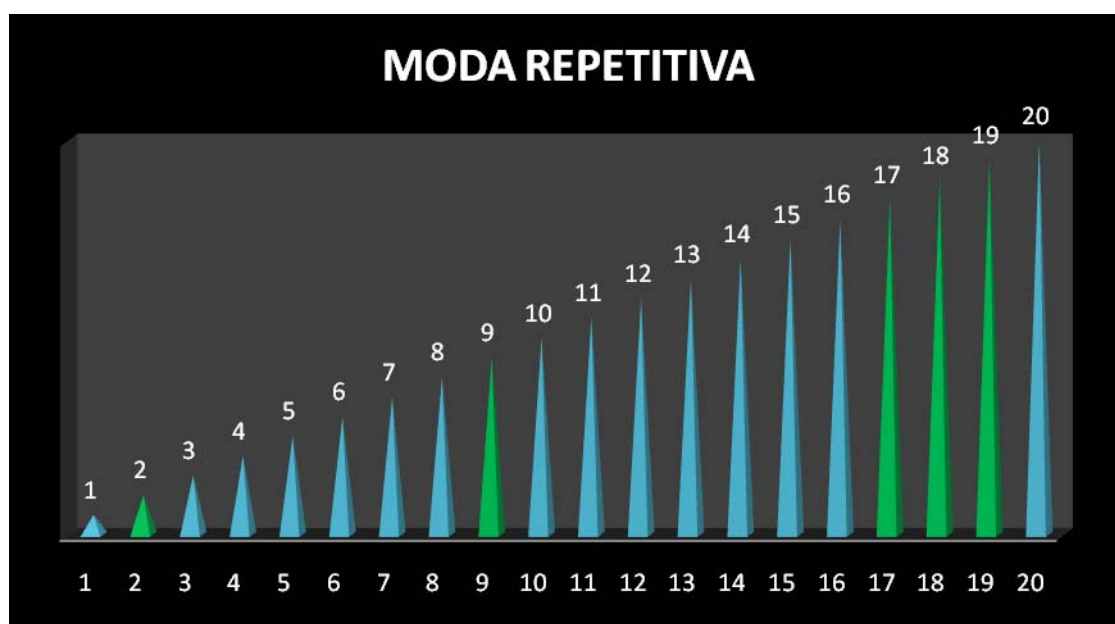
Grafico 2. Moda en Negativa.



Fuente: Elaboración Propia con datos de la encuesta

MODA REPETITIVA: Dentro de las gestiones del hotel se utiliza el mismo software lo que permite generalizar las operaciones para que todos los empleados a través de la capacitación puedan manejar cualquier equipo en las diferentes areas del hotel, ofreciendo con ello confianza al cliente de la calidad de los servicios recibidos. Para mejorar los servicios ofrecidos es necesario realizar cambios continuamente capacitando a los empleados para facilitar el uso y adaptación a las nuevas tecnologías.

Grafico 3. Moda Repetitiva.



Fuente: Elaboración Propia con datos de la encuesta

Con la ayuda de los resultados anteriores y los demás encontrados en la aplicación del instrumento a continuación se presenta el sistema encontrado con sus interrelaciones, así como los conflictos encontrados, los cuales se vierten la tabla 5..

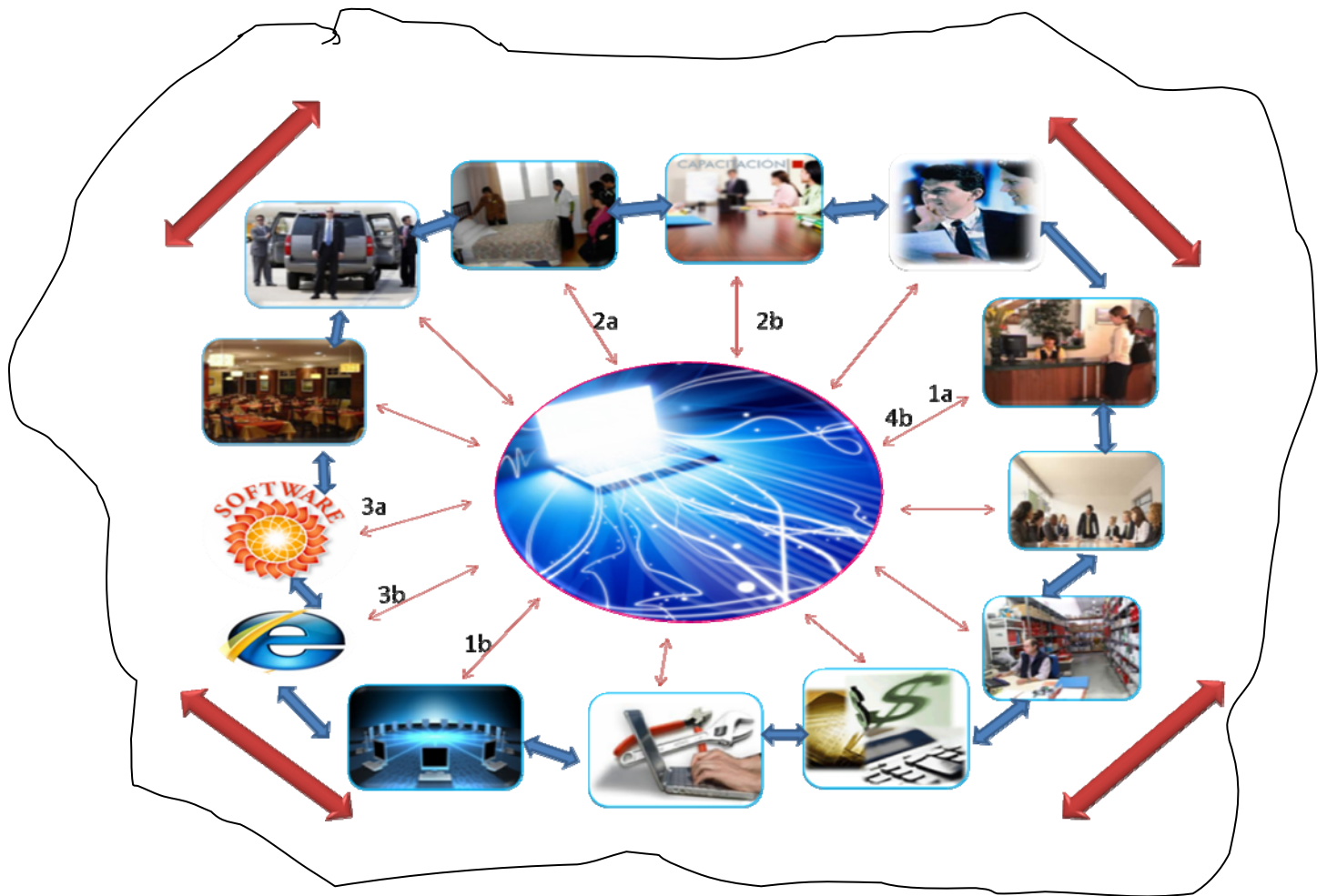


Figura 6. Visión Rica del Sistema

Fuente: Elaboración Propia (2010).

Tabla 4.- Visión rica: Conflictos del sistema y su entorno.

Ítem	Conflicto
De 1a, 2a y 3 ^a	Surge un conflicto ya que no existe un sistema de información y comunicación actualizado para el buen funcionamiento en estas áreas, así como tener un mejor control de las habitaciones tanto disponibles, como sucias.

	No agiliza los procesos los hace más lentos y tradicionales.
De 1b, 2b, 3b y 4b	Los hoteles no proporcionan soporte, información y actualización del uso de la tecnología existente, dificulta la interacción hombre – máquina, además de que retrasa los procesos.

Fuente: Elaboración Propia (2010).

4.4 Definición Raíz de los sistemas relevantes

En esta etapa, partiremos de los sistemas mencionados anteriormente, en este caso se nombrara un sistema el cual está en condiciones de crear una actualización del personal y de los sistemas de tecnología para dar un mejor servicio, se realizara una definición raíz por cada sistema relevante que permite constituir el modelo conceptual.

Se presentan las definiciones de fondo resumidas en las siglas CATWOE en donde describimos las actividades mínimas necesarias requeridas en el sistema de actividad humana que nos ocupa en los hoteles de cinco estrellas.

C= Clientes*.- Son los que se beneficiaran con el sistema en nuestro estudio son:

1. Clientes
2. Mercado de servicio de hospedaje
3. Empleados

* Nota.- Para fines de este estudio llamaremos clientes tanto a los huéspedes del hotel como aquellos que son clientes externos que no se encuentran hospedados.

4. Otros Hoteles
5. Población local

A= Actores, son quienes se encargaran de la transformación de las entradas de información en salidas. Políticas y Procedimientos.

1. Mercado externo
2. Gerentes
3. Empleados

T= Transformación. Es el proceso de la conversión de entrada en salida.

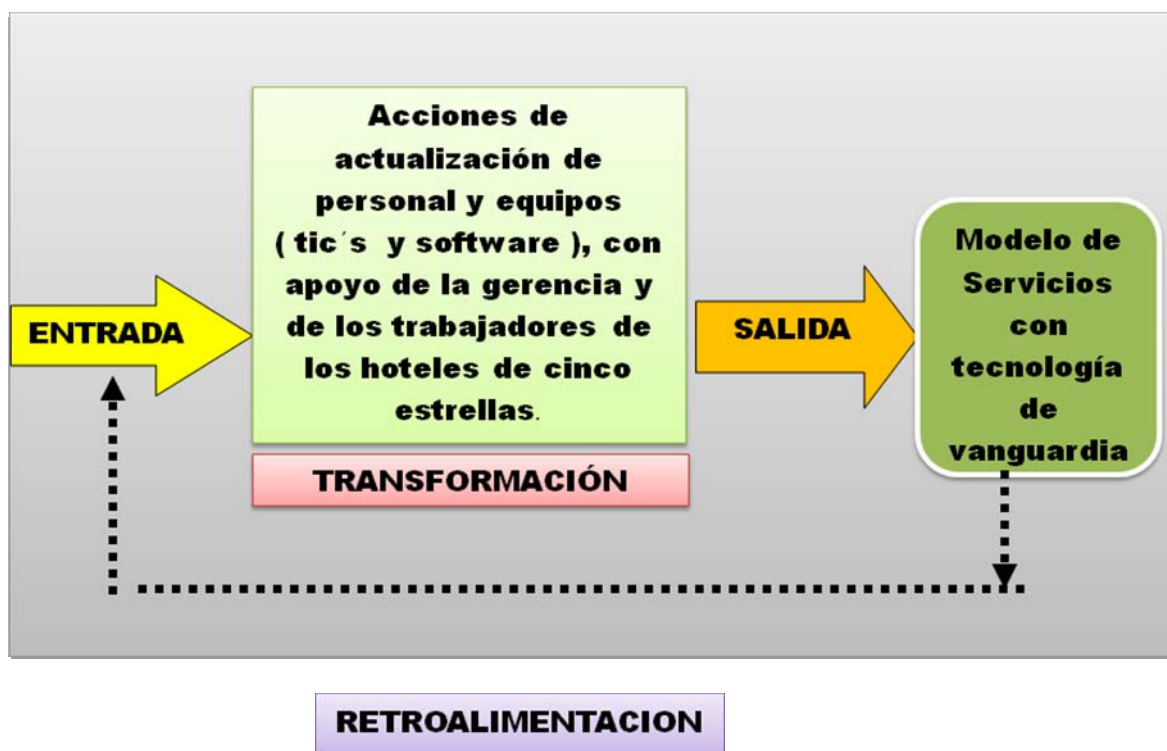


Figura 7. Diagrama de transformación

Fuente: Elaboración Propia (2010).

Tabla 5. Visión Resumida de los Involucrados

ACTORES	VISIÓN POSITIVA	VISIÓN NEGATIVA
Políticas de Calidad.	Permiten el control y seguimiento de los estándares de calidad para el servicio al cliente. Propician la eficiencia del servicio a desarrollar.	Limitan la creatividad y reducen la motivación del factor humano. Crean incertidumbre en los trabajadores para darles el servicio a los clientes.
Gerente de Recursos Humanos	Propiciar el desarrollo de vanguardia que requieran los hoteles de cinco estrellas. Realizan funciones de integración y motivación de personal. .	Se propicia sólo las órdenes directas para establecer disciplina y así mantener el control de los trabajadores. Surgen los conflictos inter-departamentales generados por la falta de comunicación y actualización en los servicios.
Ama de Llaves	Promueven el manejo de tiempos y movimientos estandarizados. Cumplen con los requerimientos de una buena presentación en las habitaciones de los clientes.	Cometen errores al momento de rotación de personal generados por las malas interpretaciones de los requerimientos del ama de llaves. Existe desgaste físico y emocional en momentos de mayor afluencia de clientes.

Departamento de Contabilidad	Mantienen las finanzas sanas que permiten el buen funcionamiento del servicio. Promueven contrataciones ventas y compras inteligentes para dar un mejor servicio.	Propician una política de escasos de recursos. Propician un retraso en la contratación y las compras.
Almacén	Mantiene un Inventario actualizado. Dan una rápida respuesta de los requerimientos que solicitan los diferentes departamentos.	Se mantiene en un punto crítico por los criterios y políticas de la gerencia. El Proceso de actualización es demasiado prolongado.
Ventas	Promocionar y difundir la venta de servicios que ofrece el hotel de cinco estrellas. Búsqueda de clientes potenciales.	No se tiene el personal adecuado para la venta de servicios. No se actualiza la cartera de clientes potenciales.
Sistemas	Optimo funcionamiento de los recursos tecnológicos. Capacitar, brindar soporte técnico y de procesos a los sistemas de información con los que cuenta el hotel.	No controla al máximo el ataque de virus o acciones que atenten contra el servicio. Administrar la página web del hotel, el servicio de correo electrónico, plataforma virtual.

Mantenimiento	Reposición de los elementos de trabajo de cada una de las áreas del hotel. Administrar las refacciones en general.	El tiempo de reparación de los equipos de trabajo es muy tardado. Reposición de mercancía faltante.
Seguridad	Vela por la seguridad de los clientes y de los trabajadores del hotel. Protege objetos personales valiosos, y da consejos de cómo mantenerse seguro.	No está bien preparado mediante un simulacro. Equipo de trabajo inadecuado.
Restaurant	Ofrece servicios de gastronomía a todos sus clientes. Brinda platillos típicos de la región, cocina internacional y especialidades varias.	Descontrol de los productos utilizados en los platillos a preparar. Comidas para reuniones y convenciones.
Recepción	Realiza los registros correspondientes y reservaciones. Atiende quejas y sugerencias de los clientes.	Olvida llevar un control de la ocupación de las habitaciones. Determinar la disponibilidad del hotel y cotizar las tarifas de las habitaciones

Fuente: Elaboración Propia

4.5. Propuesta de Mejora

Para una propuesta de mejora en los hoteles 5 estrellas es necesario considerar tanto el desarrollo dentro de la organización como el desarrollo humano, esto para que los hoteles puedan seguir siendo competitivos.

Además de integrar un sistema de información para las tics, para implementar las acciones de actualización tanto del personal como de los equipos, todo ello con ayuda de la gerencia y de los trabajadores para brindar un mejor servicio de calidad y vanguardia.

Con la implementación de un SI bien diseñado y estructurado para todas y cada una de las áreas y/ o departamentos del hotel se puede tener un mayor control y registro de las entradas y salidas, así como un buen funcionamiento de los requerimientos del cliente desde una base de datos.

Al integrar un Sistema de Información (SI) se piensa que el personal perderá su empleo, pero no es así por el contrario este, reduce tiempos, costos y horas hombre ya que es una herramienta que facilita la vida del ser humano haciéndola más práctica ayudando a tomar decisiones y tener un mejor manejo tanto en la información como en la comunicación con cada departamento del mismo hotel.

Los sistemas y programas actualizados ayudan a los hoteles a llevar un mejor control financiero y administrativo, ahorrando dinero, tiempo, recursos humanos, la disminución de llamadas telefónicas disminuye con la implementación del globalizador, las hojas de cálculo de Excel ahorran esfuerzo y tiempo, disminuyen errores sabiendo ocupar adecuadamente el programa. Motivo por el cuál es importante mantenerse en constante capacitación del personal.

El modelo se retroalimenta a través de la capacitación de los empleados y la formación de profesionales del sector turístico ya que el enfoque sistémico no solamente nos sirve para conocer la realidad existente sino también para transformarla.

Motivo por el cual se sugiere lo siguiente:

- Controlar los procesos de forma integral.
- Reducir errores de captura.
- Evitar la manipulación de la información para un posible uso fraudulento.
- Utilizar una tecnología flexible que permita personalizar parámetros o funcionalidades.
- Buscar la comunicación interdepartamental.
- Contar con un servicio de intranet.
- Actualizar por lo menos cada 2 meses la base de datos.
- Mejorar el servicio.
- Ampliar los servicios de internet.

CONCLUSIONES

El análisis y síntesis que se presentan, se elaboraron con el fundamento sistémico, el cual nos permite promover la eficiencia y la eficacia en la organización, esta postura de investigación comprueba que las funciones y actividades laborales, con una visión integradora y con el apoyo de las tecnologías, se convierten en un valor agregado en la calidad de los servicios que ofrecen los hoteles de cinco estrellas de la zona centro del Distrito Federal estudiada.

Se concluye que en los hoteles de 5 estrellas de la delegación Cuauhtémoc del Distrito Federal existe una falta de actualización, pero también se realizan las funciones con la capacidad instalada, las actividades se complican en los procesos de comunicación e información de manera interna y externa esto limita objetivos como elevar ventas u otros eventos que requieren del uso de la tecnología como por ejemplo en la reservación, presentación de nuevos servicios, información de nuevos proyectos, por departamento, aéreas, funciones o actividades que pondrían a los hoteles de cinco estrellas a la vanguardia de los demás hoteles de la zona centro.

La empresa requiere una mayor asertividad en las necesidades y en la satisfacción de los servicios al cliente, promover la búsqueda de un mayor mercado local, nacional e internacional, buscar nuevos nichos, optimizar sus recursos logrando aumentar su eficiencia por medio de la actualización del software, ya que el que los procesos evaluados carecen de una comunicación directa con responsables de las áreas y la dirección, en algunas actividades del hotel solo se comunican por ordenes directas de manera oral, por mensajes indirectos escritos entre los empleados y algunos son requerimientos en el área de ama de llave para satisfacer una necesidad urgente de los clientes esta falta de proactividad crear conflictos que interfieren en el buen desempeño de los empleados.

El proceso de evaluación nos sitúa en un momento de toma de decisiones para establecer cambios ya que la competencia externa que va surgiendo en la zona centro de la ciudad los coloca en el disyuntiva de quedarse en el atraso por no renovar la tecnología instalada o elevar sus servicios por medio de esta.

La mezcla del concepto del turismo en estos hoteles se maneja de manera tradicional por que la resistencia al cambio tecnológico genera en ellos la incertidumbre de que la tecnología los puede desplazar y lo comprobamos desde el inicio de la investigación porque no aceptaban a ser evaluados las estructuras de la organización iniciando con la alta jerarquía.

Se analizó el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en los hoteles de cinco estrellas y se verificó que no cuentan con las tecnologías adecuadas para la prestación de sus servicios con una mayor calidad, es importante señalar que la propuesta del SI (sistema de información) que se integra a todos los departamentos del hotel en forma de un ERP (por sus siglas en inglés Enterprise Resources Planning, para los hoteles de cinco estrellas se diseñó con una metodología que permitió un acercamiento de las actividades de manera directa y en tiempo real, así como el haber considerado la existencia de exclusiones u omisiones de variables, elementos ó interrelaciones que permitieran un mejor desarrollo del estudio ó inclusive mejorar la propuesta realizada por los actores de la investigación.

RECOMENDACIONES

La Ciudad de México requiere del uso de las redes de comunicación en los hoteles de cinco estrellas porque se encuentran en una zona que ha visto crecer la demanda de mejores servicios de hospedaje, el observar personas de todo el mundo solicitando información y servicios cuando realizamos la investigación reafirma que el buen uso de la tecnología por medio de las tics facilita la administración de los hoteles, la innovación en los servicios ofrecidos y el desempeño de los empleados.

Es importante señalar como una aportación de la investigación que el uso de la comunicación por medio de la tecnología permite informar a millones de usuarios que los hoteles de cinco estrellas de la zona centro ofrecen un buen servicio o no lo ofrece, con esto concluimos que se deben de actualizar las tics utilizadas, y todos los empleados deben de vencer la resistencia al cambio por medio de inducción (cuando son de nuevo ingreso) capacitación, rotación de personal, comunicación horizontal y vertical para que todos logren cumplir los objetivos y así asegurar la lealtad de los clientes potenciales que visitan la ciudad de México.

TRABAJOS FUTUROS

Por lo que pueden surgir trabajos posteriores que brinden una mayor aportación al presente trabajo con base en otros enfoques, una adaptación a la especialización de segmentos turísticos o en su caso se genere una retroalimentación considerando la puesta en marcha del sistema. Con lo anterior le damos una mayor validez al trabajo realizado ya que la investigación sistémica va integrando nuevos tópicos dependiendo del contexto, los mercados turísticos nacionales e internacionales, para ir en la búsqueda de una mayor investigación de la oferta y la demanda del sector turístico en la ciudad de México.

Ya que la tecnología, las telecomunicaciones, las redes de información, y las bases de datos, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, millones de personas no solo se comunican de manera social, sino que también ésta tecnología nos permite hacer negocios, dar conferencias, reservar en minutos, informarnos del clima conocer la situación geográfica del hotel su infraestructura y miles de dudas que nacen para ser resueltas por la tecnología en la aldea global de la información .

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acerenza M. 1984 *Administración del turismo Conceptualización y Organización*, Editorial Trillas.1 México.
- Apostolopoulos Y, Lerivadi S y Yianakis A. 1996. *The Sociology of Tourism*. Routledge, London.
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles 2008. Base de datos de los hoteles del Distrito Federal. Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles.
- Bacon, F. 2007 *Wikipedia the free enciclopedia*, Documento WEB, URL: http://es.wikipedia.org/wiki/Francis_Bacon (22 Abril 2008).
- Baez, S. 2000. *Hotelería*. CECSA, México.
- Beer, S. 1979 *Decision and control the mailing of operational research and management cybernetics*. John Wiley & Sons; Gran Bretaña.
- Bertalanffy & Weinberg G. 1987. Tendencias de la Teoría General de Sistemas, Alianza Universitaria, Madrid: 29-31.
- Bertalanffy, L. 1995. *Teoría General de los Sistemas*. Fondo de Cultura Económica FCE. México.
- Briones, A 2007. Diseño de un modelo de gestión de restaurante para un hotel de gran turismo ciudad de México. Tesis de grado
- Buckley W. 1970. *La Sociología y la Teoría Moderna de los Sistemas*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Buhalisa D, y Lawb 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 3): 609–623.
- Burgess, C. (2007) Is there a future for hotel financial controllers? *International Journal of Hospitality Management*, 26 (1): 161-174.

- CALMECAC Programa de Certificación de Estrellas y Diamantes. Sitio web url:
http://www.calmecac.com.mx/programas/stardiamonds/index_stars.ht
15Noviembre 2008.
- Cárdenas, F. 1991 *La segmentación del Mercado Turístico*. Trillas, México.
- Cárdenas, M. 1978, *El enfoque de Sistemas Estrategias para su implementación*. Limusa, México.
- CESTUR, Centro de Estudios Superiores de Turismo
<http://132.248.9.1:8991/hevila/Panoramaadministrativo/2009/no6/7.pdf>
23 Marzo 2009.
- Checkland, P. 1999. *Systems Thinking, Systems Practice*, Wiley, UK.
- Cooper, C.1997 *Turismo, Principios y Práctica*, Diana, México: 3
- De la Torre O. *El Turismo, Fenómeno Social*. Fondo de Cultura Económica, México: 56-64.
- Diccionario de la real academia española 2001. <http://www.diccionario> de la real academia española (10 diciembre 2009).
- Frew A. 2005. *Information and Communication Technologies inTourism*, Springer Wien, New York.
- Gigch, J. 1993. *Teoría General de Sistemas*. Trillas, México
- Gómez M y Tejeida R. 2008. El agua, los hoteles gran turismo y la Ciencia de Sistemas. *Teoría y Praxis*. (5): 9- 16.
- Grajales, T 2000. *Tipos de Investigación*. URL: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>
23 Noviembre 2009
- Gunn, C. 1994. *Tourism Planning: Basic, Concepts, Issues*. Taylor and Francis. Washington.
- Gutiérrez Pantoja, Gabriel, (1984), *Metodología de las Ciencias Sociales*. Harla, México.

- Hitz M, Sigala M y Murphy J. 2006. Information and Communication Technologies in Tourism. Springer Wien, New York
- Hong-Bumm, K. & Woo-Gon K. 2005. The relationship between brand equity and firms' performance in luxury hotel and chain restaurants, *Tourism management*, 26 (4): 549-560.
- SECTUR, Secretaria de Turismo del gobierno de la Ciudad de México.<http://www.mexicocity.gob.mx/contenido.php?cat=30900&sub=6>. 19 Noviembre 2006.
- Miguel T.2009 Períodoco Milenio. <http://www.milenio.com.mx>, 14 Noviembre 2009.
- Jiménez, A. 1993 *Turismo: Estructura y desarrollo, la estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México*. Mc Graw Hill, México.
- Jinghan, J. & Dimou, I. 2005 Expansion strategy of international hotel firms, *Journal of Business Research*, 58 (12):1741-1749.
- Johansen, O. 1975 *Introducción a la Teoría General de los Sistemas*. Limusa, Mexico.
- Kothari, T., Hu, C. & Roehl, W. 2005. e-Procurement: an emerging tool for hotel supply chain management, *International Journal of Hospitality Management*, 24 (3) 719-722.
- Kotler, P. 1997. *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Prentice Hall, México.
- Krippendorff. 1971. *El Marketing de los Servicios Turísticos y la Formulación del Producto*. Herbert Lang Berneand Peter Lang, Francfort, MEDLIK Y BURKART , *The Management of Tourism* :148-158
- Leiper, N 1981. Towards a cohesive curriculum in tourism. The case for a distinct discipline , *Annals of Tourism Research*, 8(1): 368.
- Mayurama, M. "The Second Cybernetics: Desviation-Amplifying Mutual Causal Processes Institute of Human Development. University of California. Berkeley. CAI En: American Scientist. 1963. 164-179.

- Molina, S. 1996. *Conceptualización del turismo*, Limusa, México
- Molina, S. 1997 *Turismo Metodología para su aplicación*, Trillas, México.
- Monchon, F. 2004. Economía y Turismo. Mc Graw Hill, Mexico.
- Olsen, M. & Connolly, D. 2000. Experience-based travel, Cornell Hotel and Restaurant, *Administration Quarterly* 41 (1): 650- 656
- Orfila, F., Crespi, R. & Martinez, E. 2005. Innovation activity in the hotel industry: Evidence from Balearic Island, *Tourism Management*, 26 Spain.
- Pestana, C. & Mascarenhas, M. 2005 Technical and allocative efficiency in a chain of small hotel, *International Journal Hospitality Management*, 24 (3): 415-421.
- Prakash K. 2007. The impact of information technology on hotel operations, service management and transaction costs: a conceptual framework for full services hotel firms, *International Journal of Hospitality Management*, 26(2) 395-408.
- Ramírez, E. 1993. *Turismo de negocios*. Trillas, México.
- Ramírez, E. 2006 *Turismo de negocios*. Trillas, México.
- Rodríguez M 1986 Turismo Alternativo, México, Nuevo Tiempo Libre: 30-56.
- Rodríguez, D. & Arnold. M. 1982. Sociedad y Teoría de Sistemas. Universitaria. Santiago. Chile.
- Rosario, J. 2005 Uso de las TIC`S. Sitio web URL: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218>
22 Septiembre 2009.
- Santesmases, M. 2004. *Marketing. Conceptos y Estrategias*: Pirámide, Madrid.
- Schlüter, R. 2000, *Investigación en Turismo y Hotelería*. Centro de Investigación y Estudios Turísticos, Argentina.

- Secretaría de Turismo, SECTUR 2006. *Breviario de Cultura*, http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura, 20 Abril 2009.
- SECTUR 2008. El Turismo Mexicano al Largo Plazo Memoria del Encuentro Nacional de Turismo la Perspectiva 2020. SECTOR, México.
- SECTUR, 2009. Boletín 143 El Turismo, Válvula de Despegue de la Economía Nacional. http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_14 Junio 2009.
- Sigala M, Mich L y Murphy J .(Eds) 2007. *Information and Communication Technologies in Tourism*. Springer, Computers Science, Wien.
- Sigala M. 2005. Integrating customer relationship management in hotel operations: managerial and operational Implications, *International Journal of Hospitality management*, 24(3):391-413.
- Subramaniam N, McManus L. & Mia L. 2002. Enhancing hotel managers' organisational commitment: an investigation of the impact of structure, need for achievement and participative budgeting, *International Journal of Hospitality Management*, 21 (4):303-320.
- Tejeda R. 2005. The Exilixic Theory of Organizations: The Reconstructions of Entropy and Evolution Concepts in Management. *International Society for the System Sciences*, ISSS. 5 (5): 1- 27.
- Tejeda, R. 2005. *Los conceptos de entropía y evolución en la administración: La teoría Exelixica de las Organizaciones*. *Administración Contemporánea, Revista de Investigación*, 2(1):1- 36.
- Tejeda, R. 2006. Desarrollo de un modelo de sistemas de negocio inteligente para análisis de riesgos y toma de decisiones en la alta dirección de empresas turísticas. Proyecto de investigación, CGPI20660364.
- Wiener, N. 1979 *Cibernética y Sociedad*. Sudamericana, Buenos Aires.
- Wong S & Pang L 2003. Motivators to creativity in the hotel industry—perspectives of managers and supervisors, *Tourism management*, 24 (5):127-139.

ANEXOS

ANEXO 1

El presente cuestionario es derivado de una Investigación de nivel Maestría de la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional, dicho cuestionario es anónimo y la información recabada es de carácter confidencial y sus fines son solo académicos.

INSTRUCCIONES: Conteste las siguientes preguntas con sinceridad y lo más concreto posible; marque con una **X** la respuesta de acuerdo a su percepción.

1. ¿Utiliza equipos tecnológicos para llevar a cabo sus funciones y actividades en el hotel?

SI	NO
----	----

¿Cuáles?

2. ¿Los equipos tecnológicos están actualizados según las necesidades del cliente y el hotel?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

3. ¿Utiliza algún software para su gestión o actividad administrativa?

SI	NO
----	----

¿Cuál?

4. ¿-El departamento o área donde Ud. labora tiene un sistema tecnológico exclusivo para las gestiones actividades o servicios que ofrece el hotel?

SI	NO
----	----

¿Cuál?

5. ¿-Usted observa que las tecnologías de información y comunicación utilizadas son las más adecuadas para realizar su función o actividad?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

6. ¿Todos los departamentos o aéreas de servicio a clientes y trabajadores cuentan con sistemas de información y comunicación?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

7. ¿Las tecnologías de información y comunicación permiten ofrecer un mejor servicio y generan confianza en el cliente?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

8. ¿Existe la capacidad de respuesta por medio de las tecnologías para satisfacer las necesidades de los clientes?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

9. ¿Las tecnologías de información y comunicación han producido algún impacto en su actividad laboral?

SI	NO
----	----

¿Cuál?

¿Porqué?

10. ¿El uso de las tecnologías permiten mejorar de manera inmediata el servicio solicitado por sus clientes?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

11. ¿La calidad de los servicios por medio de las tecnologías va generando la lealtad de sus clientes?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

12. ¿Son evaluados los resultados de satisfacción al cliente por servicios recibidos por medios tecnológicos?

SI	NO
----	----

13. ¿El uso de las tecnologías de información y comunicación permite ofrecer el servicio de horarios flexibles para satisfacer las necesidades de todos sus clientes?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

14. ¿Usted piensa que el manejo de las tecnologías facilita sus actividades para brindar un mejor servicio?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

15. ¿El uso de las tecnologías genera una base de datos para toma de decisiones y satisfacer las necesidades en sus clientes?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

16. ¿Considera que las tecnologías le permiten la solución de problemas que se generen por servicio a sus clientes?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

17. ¿Cómo se ha adaptado la tecnología en su función ó actividad dentro de su área de trabajo?

18. ¿Se adapta Ud. fácilmente a los cambios tecnológicos?

SI	NO
----	----

¿Porqué?

19. ¿Ha recibido capacitación o actualización del software utilizado en el área de trabajo?

¿Cuáles?

SI	NO
----	----

20. ¿Reconoce el apoyo del uso de las tecnologías dentro de la actividad que realiza?

¿Porqué?

SI	NO
----	----

ANEXO 2

El presente cuestionario es derivado de una Investigación de nivel Maestría de la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional, dicho cuestionario es anónimo y la información recabada es de carácter confidencial y sus fines son solo académicos

INSTRUCCIONES: Conteste las siguientes preguntas; marque con una **X** la respuesta de acuerdo a su percepción.

REACTIVOS	SI	NO
1. ¿Utiliza algún software para su gestión o actividad administrativa?		
2. ¿Se utiliza el mismo software para todas las gestiones?		
3. ¿El software que utiliza es de fácil uso?		
4. ¿El software que utiliza agiliza los procesos, y/o servicios en su área de trabajo?		
5. ¿Usted observa que las tecnologías de información y comunicación utilizadas son las más adecuadas para realizar su función ó actividad?		
6. ¿Todos los departamentos o áreas de servicio a cliente cuentan con un sistemas de información y comunicación?		
7. ¿Usted cree que las tecnologías de información y comunicación permiten ofrecer un mejor servicio?		
8. ¿Las tecnologías utilizadas en el hotel mejoran la capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes?		
9. ¿Las tecnologías de información y comunicación han producido algún impacto en su actividad laboral?		
10. ¿El uso de las tecnologías permiten mejorar de manera inmediata el servicio solicitado por sus clientes?		
11. ¿El uso de las tecnologías de información y comunicación han producido beneficios dentro del hotel?		
12. ¿Son evaluados los resultados de satisfacción al cliente por servicios recibidos por medios tecnológicos?		
13. ¿Las tecnologías de información y comunicación que utiliza el hotel permiten flexibilizar los horarios y lugar del servicio para satisfacer las necesidades de todos sus clientes?		
14. ¿El uso de la información que recibe el hotel, sirve para generar una base de datos que ayuda en la toma de decisiones y en la satisfacción de las necesidades de sus clientes?		
15. ¿Considera que las tecnologías permiten la solución de problemas?		
16. ¿El manejo de las tecnologías de información y comunicación permite ofrecer atención personalizada a los clientes?		
17. ¿Se adapta usted fácilmente a los cambios tecnológicos?		
18. ¿Ha recibido capacitación o actualización en el manejo del software en su área de trabajo?		
19. ¿Usted cree que las tecnologías de información y comunicación ofrecen confianza al cliente?		
20. ¿Reconoce el apoyo del uso de las tecnologías dentro de la actividad que realiza?		