



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Uso de plataformas digitales y su influencia para elección de hospedajes sostenibles, 2024”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Dirección Hotelera**

PRESENTADO POR:

Miyahira Alva, Namie Jimena - Dirección Hotelera
Ulfe Lopez, Juan Manuel - Dirección Hotelera

ASESOR

Sam Anlas, Carlos Antonio

LIMA, PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR

Sam Anlas, Carlos Antonio

MIEMBROS DEL JURADO

Panduro Grandez, Edgar Marcel

Chavez Rivas, Cybill Andrea

Padilla Atauje, Daniel Humberto

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Namie Jimena Miyahira Alva identificado(a) con DNI N° 49019844 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el(la) Sr(a) Carlos Antonio Sam Anlas, identificado(a) con DNI N° 40789757, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1632-7131.

Yo, Juan Manuel Ulfe Lopez identificado(a) con DNI N°42853552 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el(la) Sr(a) Carlos Antonio Sam Anlas, identificado(a) con DNI N° 40789757, y cuyo código ORCID es 0000-0003-1632-7131.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado “Uso de plataformas digitales y su influencia para elección de hospedajes sostenibles, 2024. “


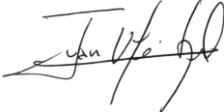
b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 14% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.


d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 3 de febrero del 2025

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Namie Jimena	Miyahira Alva	49019844		
Juan Manuel	Ulfe Lopez	42853552		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Carlos Antonio	Sam Anlas	40789757		

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor incondicional, su sabiduría y su apoyo constante. Gracias por ser siempre mi guía e inspiración.

A mis hermanos, por ser mis compañeros de vida, por su apoyo y por compartir conmigo tantas experiencias y recuerdos. Gracias por ser una fuente constante de motivación y aliento.

A mi esposa, por su amor, paciencia y comprensión. Gracias por ser mi roca y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Tu apoyo incondicional y tu fe en mis capacidades han sido fundamentales para la realización de este proyecto.

Juan Ulfe Lopez

A mis queridos padres, por su amor incondicional, su apoyo y consejos. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, la dedicación y la perseverancia. Su fe en mí ha sido mi mayor motivación y su ejemplo, mi inspiración. Me han enseñado a enfrentar los desafíos con valentía y determinación

A mis queridas hermanas, por ser mis compañeras incondicionales. Gracias por estar siempre a mi lado, incluso a pesar de la distancia. Sus palabras de ánimo y su confianza en mí me han dado la fuerza para seguir adelante. Han sido un pilar fundamental, brindándome alegría, consuelo y motivación. Les agradezco por creer en mí y por ser una fuente constante de inspiración y amor. Esta tesis es un reflejo de todo lo que hemos compartido y logrado juntos.

Namie Jimena Miyahira Alva

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer profundamente a todas las personas que hicieron posible esta tesis.

A mis padres, por su amor, apoyo y sabiduría. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia y por estar siempre a mi lado.

A mis profesores de ISIL, por su dedicación, y enseñanzas que fueron clave en mi formación. Su compromiso y profesionalismo han dejado una huella en mi desarrollo personal y profesional.

A todos, gracias de corazón. Este logro no sería posible sin su apoyo y guía.

Juan Ulfe Lopez

Quiero agradecer profundamente a mis padres, cuyo amor, apoyo incondicional y sacrificio me han permitido llegar hasta aquí. Su aliento y confianza han sido fundamentales para mí.

A mis primos, gracias por su compañía y apoyo durante mi estancia en Perú, dándome la fortaleza para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

A mis profesores de ISIL, les agradezco su guía y dedicación fueron esenciales en mi formación. En especial, agradezco su paciencia y apoyo mientras me adaptaba al español, lo cual fue un desafío.

A todos ustedes les dedico este trabajo, esperando que sea una pequeña muestra de lo que he logrado gracias a su apoyo.

Namie Jimena Miyahira Alva

ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO.....	2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD.....	3
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
ÍNDICE.....	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	14
I.1. Título del proyecto.....	14
I.2. Área estratégica de desarrollo prioritario.....	14
I.3. Actividad económica en la que se aplicaría la investigación.....	15
I.4. Alcance de la solución.....	15
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN.....	16
2.1. Justificación de la investigación.....	16
2.1.1. Justificación teórica.....	16
2.1.2. Justificación metodológica.....	16
2.1.3. Justificación práctica.....	17
2.2. Limitaciones de la investigación.....	17
2.3. Viabilidad de la investigación.....	17
2.4. Marco referencial.....	18
2.4.1. Antecedentes nacionales.....	18
2.4.2. Antecedentes internacionales.....	20
2.5. Marco teórico.....	21
2.5.1. Plataformas digitales.....	21
2.5.1.1 Tecnologías de la información.....	21
2.5.1.2 Plataformas tecnológicas.....	22
2.5.1.3 Comunicación.....	24
2.5.1.4 Productos y servicios digitales.....	25
2.5.1.5 Marketing sostenible.....	27
2.5.2. Elección de hospedajes sostenibles.....	28
2.5.2.1. Hoteles.....	28
2.5.2.2. Tipos de alojamientos.....	29
2.5.2.3. Certificaciones, premios y reconocimientos en hoteles.....	30
2.5.2.4. Clasificación de hoteles.....	31
2.5.2.5. Hoteles sostenibles.....	31
2.5.2.6. Estrategia de sostenibilidad.....	32
2.5.2.7. Abastecimiento sostenible.....	33

2.5.2.8. Compromiso del hospedaje con el medio ambiente.....	34
2.5.3. Población y muestra.....	35
2.5.4. Instrumentos de recolección de datos.....	35
2.5.5. Metodología.....	36
2.5.6. Variables de estudio.....	36
2.5.7. Tecnologías y herramientas utilizadas.....	36
2.5.8. Resultados esperados.....	37
2.5.9. Recomendaciones.....	37
2.5.10. Impacto del proyecto.....	37
2.5.11. Cronogramas de actividades.....	37
2.5.12. Presupuesto estimado	37
2.5.13. Limitaciones del estudio.....	38
2.6. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas.....	38
2.6.1. Comparación detallada.....	40
2.6.1.1. Filtros y búsqueda avanzada.....	40
2.6.1.2. Certificaciones ecológicas.....	40
2.6.1.3. Reseñas y comentarios de usuarios.....	40
2.6.1.4. Interfaz del usuario.....	40
2.6.1.5. Educación del consumidor.....	41
2.6.1.6. Recompensas e incentivos.....	41
2.6.2. Impacto esperado.....	41
2.7. Objetivo general y específicos.....	41
2.7.1. Objetivo general.....	41
2.7.2. Objetivos específicos.....	41
2.8. Plan de actividades del proyecto.....	42
2.9. Metodología del proyecto.....	43
2.9.1. Diseño experimental.....	43
2.9.2. Sistemas de registros.....	43
2.9.3. Técnicas a utilizar.....	43
2.9.4. Diseño de cuestionarios.....	44
2.9.4.1 Extensión y Claridad del Cuestionario.....	44
2.9.4.2 Técnicas de Validación del Cuestionario.....	44
2.9.5. Variables a estudiar.....	45
2.9.5.1. Variables independientes.....	47
2.9.5.2. Variables dependientes.....	48
2.9.6. Procedimiento de recolección de datos.....	48
2.9.6.1. Cuestionarios.....	48
2.9.6.2. Análisis de datos.....	48
CAPITULO III: Estimación del costo del proyecto.....	65
3.1. Desarrollo Técnico.....	65

3.2.	Investigación y Validación.....	65
3.3.	Marketing y Promoción.....	65
3.4.	Mantenimiento y Soporte.....	66
3.5.	Capacitación y Recursos Humanos.....	66
3.6.	Estimación Total	66
3.7.	Consideraciones Finales	66
CAPÍTULO IV: Propuesta de Mejora.....		68
4.1.	Objetivo.....	68
4.2.	Justificación.....	68
4.3.	Descripción del Filtro.....	68
4.3.1.	Criterios de Sostenibilidad.....	68
4.3.1.1.	Certificaciones Ecológicas.....	68
4.3.1.2.	Prácticas de Gestión de Recursos.....	68
4.3.1.3.	Uso de Productos Locales.....	68
4.3.1.4.	Iniciativas Sociales.....	69
4.3.1.5.	Transporte Sostenible.....	69
4.3.2.	Interfaz de Usuario.....	69
4.3.2.1.	Botón de Filtro.....	69
4.3.2.2.	Opciones de Filtrado.....	69
4.3.2.3.	Etiquetas Visuales.....	69
4.4.	Base de Datos.....	69
4.5.	Educación y Sensibilización.....	69
4.6.	Promociones y Recompensas.....	70
4.7.	Fase de Investigación.....	70
4.8.	Desarrollo Técnico.....	70
4.9.	Pruebas y Ajustes.....	70
4.10.	Lanzamiento y Marketing.....	70
4.11.	Evaluación y Seguimiento.....	70
4.12.	Conclusión.....	71
CAPÍTULO V: Referencias Bibliográfica.....		72
CAPÍTULO VI: Anexos.....		74
6.1.	Informe Turnitin.....	74
6.2.	Registro de impacto y resultados	75
6.3.	Matriz de consistencia.....	76
6.4.	Matriz de operacionalización.....	80
6.5.	Instrumentos de recolección de datos.....	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis comparativo de plataformas digitales.....	38
Tabla 2: Plan de actividades del proyecto.....	42
Tabla 3: Variable uso de plataformas digitales.....	46
Tabla 4: Variable influencia para la elección de hospedajes sostenibles.....	47
Tabla 5: Análisis de la pregunta: ¿Cuál es su rango de edad?.....	48
Tabla 6: Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a plataformas digitales?...49	
Tabla 7: Análisis de la pregunta: ¿Cuántas veces sueles iniciar sesión en alguna plataforma digital?.....	50
Tabla 8: Análisis de la pregunta: ¿Cuánto tiempo pasas, en promedio, en cada sesión en una plataforma digital?.....	51
Tabla 9: Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia personalizas tu perfil en una plataforma digital?.....	52
Tabla 10: Análisis de la pregunta: ¿En qué momento del día sueles iniciar sesión en una plataforma digital?.....	54
Tabla 11: Análisis de la pregunta: ¿Utilizas las opciones de personalización disponibles en alguna plataforma para adaptar la experiencia según tus preferencias?.....	56
Tabla 12: Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas la función de mensajería instantánea?.....	57
Tabla 13: Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la función de búsqueda avanzada?.....	58
Tabla 14: Análisis de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la facilidad de uso en una plataforma digital?.....	59
Tabla 15: Análisis de la pregunta: ¿Qué tanto influye el diseño visual de una plataforma digital?.....	60
Tabla 16: Análisis de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la calidad del contenido que proporcionan algunas de las plataformas digitales sobre hospedajes sostenibles?.....	61
Tabla 17: Análisis de la pregunta: ¿Sientes que las plataformas digitales se adaptan a tus necesidades y preferencias individuales?.....	63
Tabla 18: Estimación del costo del proyecto.....	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Cuál es su rango de edad?.....	49
Figura 2: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a plataformas digitales?.....	50
Figura 3: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Cuántas veces sueles iniciar sesión en alguna plataforma digital?.....	51
Figura 4: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Cuánto tiempo pasas, en promedio, en cada sesión en una plataforma digital?.....	52
Figura 5: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia personalizas tu perfil en una plataforma digital?.....	53
Figura 6: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿En qué momento del día sueles iniciar sesión en una plataforma digital?.....	55
Figura 7: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Utilizas las opciones de personalización disponibles en alguna plataforma para adaptar la experiencia según tus preferencias?.....	56
Figura 8: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas la función de mensajería instantánea?.....	57
Figura 9: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la función de búsqueda avanzada?.....	58
Figura 10: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la facilidad de uso en una plataforma digital?.....	60
Figura 11: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Qué tanto influye el diseño visual de una plataforma digital?.....	61
Figura 12: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la calidad del contenido que proporcionan algunas de las plataformas digitales sobre hospedajes sostenibles?.....	62
Figura 13: Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Sientes que las plataformas digitales se adaptan a tus necesidades y preferencias individuales?.....	64

RESUMEN

El presente trabajo de tesis investiga el uso de plataformas digitales y su influencia en la elección de hospedajes sostenibles. En un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad y el impacto ambiental, la demanda de opciones de hospedaje sostenible ha crecido notablemente. Esta investigación analiza cómo las plataformas digitales, como sitios web y aplicaciones móviles de reservas, influyen en las decisiones de los consumidores al seleccionar hospedajes que promuevan prácticas sostenibles.

El estudio se basa en una metodología que se trabajó en base a encuestas a usuarios de plataformas digitales. Los resultados revelan que las reseñas de otros usuarios, la presencia de certificaciones ecológicas y la facilidad de uso de la plataforma son factores clave que afectan las decisiones de los consumidores. Además, se observa una tendencia creciente hacia la preferencia por alojamientos que implementan prácticas de sostenibilidad, como el uso de energía renovable y la reducción de residuos.

Concluimos que las plataformas digitales desempeñan un papel crucial en la promoción de hospedajes sostenibles al proporcionar información detallada y confiable a los consumidores. Las recomendaciones incluyen la mejora de las funciones de búsqueda y filtrado en las plataformas para resaltar las opciones sostenibles, así como la colaboración entre estas plataformas y los alojamientos para fomentar prácticas más responsables y transparentes.

Palabras Clave: Plataformas digitales, hospedajes sostenibles, sostenibilidad, elección de alojamiento, reseñas de usuarios.

ABSTRACT

This study investigates the use of digital platforms and their influence on the choice of sustainable accommodations. In a world increasingly aware of sustainability and environmental impact, the demand for sustainable accommodation options has grown remarkably. This research analyzes how digital platforms, such as websites and mobile booking applications, influence consumers' decisions when selecting accommodations that promote sustainable practices.

The study is based on a methodology that was developed based on surveys of users of digital platforms. The results reveal that reviews from other users, the presence of green certifications and the ease of use of the platform are key factors that affect consumers' decisions. In addition, there is a growing trend towards preference for accommodations that implement sustainability practices, such as the use of renewable energy and waste reduction.

We conclude that digital platforms play a crucial role in promoting sustainable accommodations by providing detailed and reliable information to consumers. Recommendations include improving search and filtering features on platforms to highlight sustainable options, as well as collaboration between these platforms and accommodations to encourage more responsible and transparent practices.

Keywords: Digital platforms, sustainable accommodation, sustainability, choice of accommodation, user reviews

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

En la era digital actual, la tecnología ha transformado radicalmente la forma en que las personas planifican y reservan sus viajes. Las plataformas digitales, como sitios web y aplicaciones móviles de reservas, han emergido como herramientas indispensables para los viajeros, proporcionando una amplia gama de opciones y facilitando la toma de decisiones informadas. Paralelamente, el creciente interés por la sostenibilidad y la preocupación por el impacto ambiental han impulsado a muchos consumidores a buscar opciones de hospedaje que promuevan prácticas sostenibles.

Este trabajo de investigación propone cómo el uso de plataformas digitales influye en la elección de hospedajes sostenibles por parte de los viajeros. Se analizarán los factores que los usuarios consideran al buscar alojamientos, la importancia de las reseñas y certificaciones ecológicas, y cómo la interfaz y las funcionalidades de las plataformas pueden facilitar la toma de decisiones sostenibles.

Con esta investigación, se pretende aportar conocimiento valioso tanto para la industria turística como para los desarrolladores de plataformas digitales, fomentando así un turismo más consciente y sostenible.

1.1. Título del Proyecto

Uso de las plataformas digitales y su influencia para la elección de hospedajes sostenibles.
Lima, 2024

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

En este trabajo de investigación se optó por mejorar las prácticas y procesos sustentables en hoteles de Lima porque tiene como objetivo comprender hasta qué punto se gestiona el respeto al medio ambiente en los establecimientos y mejorar las prácticas sustentables en los mismos. Las áreas que se tendrán en cuenta son: análisis del uso de plataformas digitales para elegir un alojamiento sostenible, los factores que influyen para hacerlo más atractivo en el mercado y mostrarlo en la plataforma.

Esta línea de investigación se centra en ayudar a los hoteles a comprender el alcance de las plataformas digitales, con el objetivo de mejorar su visibilidad en línea, desarrollar

estrategias de marketing más eficaces y fomentar la valorización por parte de los clientes del compromiso medioambiental de estos establecimientos.

En el contexto actual, donde la conciencia ambiental es global, los establecimientos hoteleros deben priorizar el cuidado del medio ambiente. Dado su impacto significativo en el consumo de recursos y la generación de residuos, mejorar sus prácticas sostenibles puede tener consecuencias positivas para el planeta.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

Esta investigación tiene como objetivo investigar cómo las plataformas digitales influyen en la elección de hoteles sostenibles y analizar las prácticas sostenibles existentes, para identificar oportunidades de mejora y promover una gestión hotelera más responsable y sostenible.

Según Faura (2023) señala: “El sector hotelero es uno de los que más empleo e ingresos económicos genera, pero también uno de los que más energía consume. Los hoteles y otros tipos de alojamiento representan entre el 2% y el 5% del total del CO2 emitido por el sector turístico, según informan desde la Organización Mundial del Turismo (OMT)”.

Según Marsano (2016) (citado por Espinoza, 2019) Estas investigaciones también destacan la relevancia de la sostenibilidad en la industria hotelera y cómo se convierte en un factor competitivo para los hoteles que buscan diferenciarse. Las plataformas digitales juegan un papel crucial al permitir que los hoteles comuniquen estos esfuerzos a un público más amplio, fomentando la elección de opciones más sostenibles por parte de los consumidores

1.4. Alcance de la solución

La investigación busca desarrollar una herramienta que permita a los consumidores identificar y seleccionar hospedajes sostenibles en función de criterios específicos, como la utilización de energías renovables y prácticas eco-amigables, mejorando así la experiencia de reserva y la conciencia ambiental.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1. Justificación de la investigación

2.1.1. Justificación teórica

La fundamentación teórica de este estudio se centra en la utilización de información confiable y relevante, obtenida de fuentes y bases de datos creíbles, lo que permite generar conocimiento sólido y confiable, y resaltar la importancia de la verificación y precisión en la investigación en línea.

2.1.2. Justificación metodológica

El propósito de este estudio se aborda desde una perspectiva metodológica, centrándose en la aplicación precisa de métodos como el científico. Esto implicó el uso adecuado de recursos metodológicos y la implementación de técnicas y herramientas confiables para recolectar información de manera eficiente. El estudio examina cómo la aceptación de servicios turísticos sostenibles influye en los turistas que buscan hoteles sostenibles a través de plataformas digitales. A través del método científico, se identifica el problema y se analiza cómo las plataformas digitales benefician a los clientes. Se desarrolla un diseño de estudio que incluye la recolección de datos mediante cuestionarios y/o entrevistas, permitiendo analizar tanto las opiniones de hoteleros como de clientes para explorar la relación entre el uso de plataformas digitales y las prácticas sostenibles en los hoteles. Los cuestionarios proporcionan datos extensos y representativos sobre las percepciones de los clientes respecto a estas plataformas y su efecto en la elección de alojamientos sostenibles, mientras que las entrevistas con hoteleros ofrecen una perspectiva más profunda sobre el impacto de estas plataformas en la adopción de prácticas sostenibles. Esta metodología proporciona una visión integral del fenómeno, permitiendo evaluar tanto la oferta (hoteleros) como la demanda (turistas) en relación con la sostenibilidad y el uso de plataformas digitales en el sector hotelero, contribuyendo así al cumplimiento del objetivo del estudio. Esta justificación no solo resalta la pertinencia de la metodología, sino que también conecta de manera explícita el proceso de recolección de datos con los objetivos de la investigación, asegurando que las herramientas elegidas sean las más efectivas para responder a las preguntas planteadas. Por último, se compartirá la información encontrada y se presentará la investigación para así validar los resultados.

2.1.3. Justificación práctica

La investigación puede justificarse desde un enfoque práctico, ya que las plataformas digitales aportan beneficios directos que mejoran la operación, la sostenibilidad y la experiencia del cliente al optimizar procesos como las reservas y la búsqueda de información. Esto reduce el tiempo dedicado a tareas administrativas, aumentando así la eficiencia del personal en los hoteles. Además, facilita la personalización de los servicios, permitiendo a los clientes encontrar de manera más conveniente hoteles sostenibles y seleccionar habitaciones, lo cual incrementa su satisfacción. Una gestión eficaz también promueve una comunicación inmediata entre el personal hotelero y los huéspedes, permitiendo respuestas rápidas a sus solicitudes o necesidades, lo que mejora significativamente la calidad del servicio. En resumen, el uso de plataformas digitales contribuye a la mejora operativa, la sostenibilidad ambiental y la personalización de las experiencias, beneficiando tanto a los hoteles como a sus clientes.

2.2. Limitaciones de la investigación

La principal limitación de este estudio fue la cantidad reducida de hoteles registrados como sostenibles y el hecho de que no todos estos establecimientos se consideran digitales y sostenibles al mismo tiempo. Además, entre las limitaciones se encuentra la escasez de fuentes de información sobre hospedajes sostenibles en Lima y sobre el papel que desempeñan las plataformas digitales en la elección de hoteles. Esto puede llevar a una generalización de los datos, al no hallar información específica para la región estudiada. También, la obtención de ciertos datos, como cuadros de mediciones y registros internos de los establecimientos, podría ser restringida, dificultando el desarrollo de un análisis más detallado. Por último, el tiempo disponible tanto para los miembros del equipo de investigación como para los entrevistados representa una barrera significativa para el progreso de esta investigación.

2.3. Viabilidad de la investigación

Este trabajo de investigación es viable, ya que se tiene acceso a materiales informativos, acceso a la biblioteca virtual de la institución, repositorios que ayudan a sustentar la información presentada. Es viable por el hecho de que se cuenta con abundante información sobre la sostenibilidad en el ámbito hotelero y el uso de las plataformas digitales.

Se contó con la información brindada por parte de las entrevistas hechas a los encargados de hoteles en Lima lo cual sería una gran ventaja para el desarrollo del estudio.

2.4. Marco Referencial

2.4.1. Antecedentes nacionales

Paredes (2020). Desarrolló una investigación titulada: “Influencia de la promoción turística en medios digitales en la decisión de compra de los turistas del hotel DM Mossone de Huacachina en Ica”. Cuyo objetivo fue: “Determinar de qué manera los medios digitales influyen en la decisión de compra de los turistas del hotel DM Mossone, Huacachina, Ica en el 2019. Lograr el mejoramiento de la promoción turística por medios digitales (propios, pagados y ganados) que influyen en la decisión de alojarse en el hotel, cobran aún mayor relevancia en el contexto actual.” El estudio utilizó una metodología no experimental, de tipo transversal y correlacional. Para la recolección de datos, se llevaron a cabo encuestas a 176 turistas en el hotel DM Mossone. Los hallazgos mostraron que los medios digitales tienen una influencia positiva y relevante en las decisiones de compra. Aproximadamente el 73.30% de los participantes señalaron que la información obtenida a través de medios digitales afectó su decisión de elegir el hotel DM Mossone.

Asimismo, se observó que los jóvenes turistas peruanos, de entre 18 y 35 años, utilizaron dispositivos digitales para planificar sus vacaciones en este hotel. La mayoría de ellos prefirió utilizar plataformas como Booking o Tripadvisor para hacer sus reservas, ya que las perciben como seguras y confiables, en lugar de ingresar directamente al sitio web del hotel.

Ayllón (2018). Desarrolló una investigación titulada: “Evaluación de la gestión sostenible en hoteles de tres estrellas, Miraflores - Lima. Propuesta de la gestión sostenible, 2018”. El propósito de esta investigación fue elaborar una propuesta de gestión sostenible para hoteles de tres estrellas en el distrito de Miraflores, Lima, con un enfoque en la planificación administrativa. Para alcanzar este objetivo, se llevó a cabo un estudio no experimental, recopilando y organizando datos a través de entrevistas estructuradas de tipo cerrado y revisión documental. La investigación abarcó 8 hoteles de tres estrellas en Miraflores. Los hallazgos indicaron que los gerentes de estos establecimientos reconocen la relevancia de implementar prácticas sostenibles. Entre sus recomendaciones se destacan:

- Elaborar un documento con acciones sostenibles para todos los empleados, definir estándares para buenas prácticas sostenibles, como el ahorro de agua y energía.
- Utilizar productos de limpieza amigables con el medio ambiente, fomentar relaciones con proveedores de productos sostenibles.
- Instalar sistemas de reciclaje en las habitaciones, con al menos tres contenedores para separar residuos inorgánicos, orgánicos y otros desechos.

- Concienciar a los huéspedes sobre la importancia de no arrojar residuos en el baño.

Benavides y Lara (2023). Desarrollaron una investigación titulada: “Gestión integral de residuos sólidos en hoteles de 4 y 5 estrellas de Lima Metropolitana en tiempos de COVID-19”. Cuyo objetivo fue: “Evaluar las acciones y decisiones tomadas por el área administrativa de hoteles de 4 y 5 estrellas en Lima Metropolitana para una adecuada gestión integral de residuos sólidos. El trabajo describe el contexto normativo e institucional de los hoteles para el manejo de residuos, analiza las acciones implementadas, sus impactos dentro y fuera de las instalaciones, y aborda los cambios y desafíos generados por la pandemia de COVID-19. Se destaca la importancia de abordar la gestión integral de residuos en el sector hotelero debido a la cantidad, especialmente de residuos orgánicos, generados diariamente. Se identifica la necesidad de internalizar conocimientos y procesos operativos y normativos para una gestión adecuada, proponiendo mejoras mediante la implementación de planes y estrategias específicas para cada tipo de establecimiento de hospedaje”. La metodología de esta investigación combinó una revisión teórica y normativa para comprender mejor el tema, complementada con entrevistas en profundidad realizadas a los jefes de operaciones de 4 hoteles para la recopilación de datos. Los hallazgos mostraron que la gestión de residuos sólidos en los hoteles está influenciada tanto por factores económicos, sociales como ambientales, con efectos a corto y largo plazo. Se destacaron varios aspectos clave, como: La fidelización de los huéspedes y la rentabilidad, los beneficios ambientales que afectan la elección de alojamiento.

La concientización tanto de los huéspedes como del personal, el impacto de la pandemia, que trajo consigo nuevos retos y cambios. La investigación subrayó que gestionar los residuos sólidos de manera eficiente permite a los hoteles obtener una ventaja competitiva, y que la capacitación de los empleados es fundamental para lograrlo.

2.4.2. Antecedentes internacionales

Arévalo y Álvarez (2019). Desarrolló una investigación titulada: “Visibilidad en línea: análisis de los hoteles en Tunja (Colombia)”. Cuyo objetivo fue: “Realizar un diagnóstico con respecto al uso de plataformas digitales como estrategia de marketing en los hoteles de la ciudad. Los resultados sirven para evaluar, de forma posterior, el impacto del programa “Tunja, Ciudad de Origen”, incentivado por la administración local como una manera para aumentar el número de personas que visitan la capital del departamento de Boyacá cada año”. La investigación utilizó una metodología descriptiva para examinar la presencia digital del sector hotelero en Tunja, Colombia. Se consultó la base de datos del Registro Nacional de Turismo de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. Se analizaron 75 hoteles legales en Tunja, evaluando su visibilidad en internet. Los resultados respaldaron la hipótesis de

que menos del 50% de estos hoteles están presentes en: Redes sociales, algunas agencias de viajes en línea, directorios empresariales y blogs reconocidos. Esto pone de manifiesto un bajo uso de las tecnologías de información y comunicación. Se enfatiza la necesidad de: Programas de formación para empresarios en el uso de plataformas digitales, nuevos actores en el mercado que puedan cubrir esta brecha de manera eficaz. La investigación destaca la oportunidad de mejorar la visibilidad digital del sector hotelero en Tunja, lo cual podría potenciar el desarrollo turístico de la zona.

Torres y Muñoz (2022). Desarrollaron una investigación titulada: “La gestión sostenible aplicada al sector hotelero en Galápagos”. Cuyo objetivo fue: “El -objetivo principal -de -la -presente -investigación- es- identificar los instrumentos -voluntarios de -gestión- sostenible que se aplican en cada establecimiento objeto de estudio y analizar la percepción acerca de la sostenibilidad. Para ello se realizaron entrevistas semi estructuradas a los administradores de un grupo de hoteles de Puerto Ayora.” La investigación sobre gestión sostenible en las Islas Galápagos empleó una metodología dinámica y creativa, basada en la experiencia directa del investigador. Se recopilaron datos a través de entrevistas con 24 dueños o encargados de establecimientos hoteleros y observación de documentos públicos y privados.

Aunque se han realizado esfuerzos significativos para implementar prácticas sostenibles, el archipiélago aún no puede ser considerado un destino totalmente sostenible. La falta de compromiso entre la oferta y demanda turística y limitaciones estructurales obstaculizan este objetivo. El sector hotelero de Puerto Ayora muestra interés en adoptar códigos de conducta ambiental para garantizar el desempeño ambiental corporativo. Sin embargo, enfrenta desafíos como la dependencia de combustibles fósiles para electricidad, lo que dificulta lograr un desempeño ambiental óptimo en las Islas Galápagos.

González, Cañizares y Patiño (2018). Desarrollaron una investigación titulada: “Las redes sociales como factor de decisión: millennials frente a la generación X”. Cuyo objetivo fue: “Determinar hasta qué punto el fenómeno comunicacional que genera el uso de las diferentes redes sociales, puede tener incidencia en la decisión de una persona al elegir un restaurante que aún no conoce, según su generación”.

Esta investigación empleó una metodología basada en el planteamiento de hipótesis y análisis estadístico. Utilizó pruebas de hipótesis para muestras independientes, prueba de independencia chi-cuadrado y software SPSS versión 21 para analizar datos de 295 personas. Los resultados revelaron diferencias significativas en las preferencias de dos grupos generacionales dominantes en el mercado de consumo. La elección de lugares de interacción social, como restaurantes, se ve influenciada por factores distintos: una

generación se guía por comentarios en redes sociales, mientras que otra prefiere la publicidad boca-oído. Esto destaca cómo las redes sociales impactan de manera diferente en el comportamiento social, comercial y de consumo de cada generación, a pesar de utilizar las mismas plataformas.

2.5. Marco teórico

2.5.1. Plataformas digitales

2.5.1.1. Tecnologías de la información

Las Tecnologías de la Información son la columna vertebral de la sociedad moderna, transformando profundamente nuestra interacción con el mundo de la información.

Lucena (2024), menciona: “La tecnología de la información (TI) es el proceso de creación, almacenamiento, transmisión y percepción de la información y los métodos de aplicación de dichos procesos. Muchos equiparan el concepto con la tecnología informática porque esta se ha desarrollado más rápidamente junto con ella. Está formada por componentes como: Software: herramientas de aplicación y de sistema, Apoyo organizativo y metodológico y Hardware informático” (párr. 1) Las tecnologías de la información son esenciales en nuestra vida diaria, ya que facilitan la creación, almacenamiento y transmisión de información. Su combinación de software, soporte organizacional y hardware ha acelerado el progreso tecnológico, simplificando tareas y fomentando la eficiencia e innovación en múltiples ámbitos. Las tecnologías de la información son fundamentales en nuestra vida cotidiana, facilitando la creación, almacenamiento y transmisión de información. Su integración de software, apoyo organizativo y hardware impulsa el desarrollo tecnológico, simplificando tareas y fomentando eficiencia e innovación en múltiples aspectos.

Según la información por Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón (2020): “En la sociedad en general, el Internet de las Cosas (IoT), donde todo tipo de objetos están conectados a Internet, está avanzando. Se prevé que, al conectar a la red electrodomésticos como refrigeradores, microondas, aires acondicionados y automóviles, que antes no estaban conectados, se generarán nuevos servicios y valores. Además, a medida que los datos relacionados con todos estos ‘objetos’ conectados fluyen a través de Internet, la cantidad de datos en la red aumentará de manera exponencial día a día. Será cada vez más necesario desarrollar algoritmos y programas adecuados para extraer valor de estos datos y controlarlos de manera efectiva y eficiente” (P.20)

En la actualidad, el notable avance del Internet en nuestra sociedad es impresionante. La conexión a la red de dispositivos como refrigeradores, microondas, aires

aconicionados etc. abre la puerta a la creación de nuevos servicios y valor añadido. Sin embargo, este cambio trae consigo un considerable flujo de datos, resaltando la importancia de extraer valor de manera efectiva mediante algoritmos y programas adecuados. En este futuro guiado por datos, la combinación estratégica de enfoques y tecnologías será esencial, ofreciendo potenciales beneficios significativos.

2.5.1.2. Plataformas tecnológicas

Las plataformas tecnológicas son espacios en Internet diseñados para ejecutar diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar, abordando así diversas necesidades. Estas plataformas pueden extenderse a varios ámbitos, como la informática en la nube, el desarrollo de software, la inteligencia artificial y la realidad virtual, ofreciendo un entorno integrado para satisfacer distintas demandas tecnológicas.

Gonzales y Lahura (2019) mencionan a Fundación Orange: “El sector hotelero ha sufrido en los últimos años en la transformación de sus canales de distribución, comunicación y promoción. Así gracias a los avances tecnológicos y de la web, internet, y la creación de las plataformas tecnológicas han evolucionado junto al mercado hotelero, tal que al día de hoy existen varios portales; éstas, en conjunto, han coaccionado a que las reglas del juego en oferta para el sector del turismo y la hotelería cambien.” (P.9)

La adaptación del sector hotelero a la transformación digital es innegable. Los avances tecnológicos y la proliferación de plataformas online han redefinido las reglas del juego en el turismo. Este cambio en los canales de distribución y promoción no solo refleja la evolución tecnológica, sino también la necesidad de la industria hotelera de mantenerse al día para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores en el mercado actual.

José Marsano Delgado, director del Observatorio Turístico del Perú de la Universidad San Martín de Porres, sostiene que se debe formalizar los servicios de alojamiento en inmuebles particulares a través de plataformas digitales.

A si mismo también los autores Gonzales y Lahura (2019) menciona a José Marsano Delgado, preciso: “Todo tipo de oferta de bienes de consumo o de servicios en un mercado de libre competencia como el peruano, que no se ajuste a las reglas del mercado, en lugar de beneficiar en el mediano plazo al consumidor, tiende a perjudicarlo, ya que se encuentra en franca y desleal competencia con aquellas que no gozan de estos beneficios que distorsionan el mercado, con el riesgo adicional de que puedan desaparecer o, en el mejor de los casos, disminuir la calidad de su oferta”.

La formalización de los servicios de alojamiento en propiedades privadas a través de plataformas digitales es crucial para mejorar la transparencia y calidad en el sector turístico, beneficiando tanto a los usuarios como a los proveedores.

La creación y el crecimiento de las plataformas tecnológicas ayuda y facilita a los clientes al momento de seleccionar los hoteles que desean ya que tienen diversas opciones como:

- Booking.com: portal web de reserva en todo tipo de alojamientos, desde pequeños hoteles “bed and breakfast” de gestión familiar hasta apartamentos exclusivos y lujosas suites de cinco estrellas a nivel internacional, lo cual constituye una forma de contratar el hospedaje radicalmente diferente a la tradicional.
- Despegar: plataforma donde es posible reservar, además de alojamiento, también vuelos, coches, cruceros o paquetes combinados. Fue una de las primeras firmas en ofrecer la posibilidad a los usuarios de comprar online un vuelo y reservar una habitación en un hotel en Internet.
- Expedia: una página web práctica y atractiva con cientos de opciones que le permiten al usuario organizar fácilmente las vacaciones a su medida. Es posible, compra de vuelos, reservar hotel, alquiler de vehículos, cruceros, paquetes vacacionales y varios parques de atracciones
- Travelocity: una de las plataformas de reservas más conocidas en EE UU y Canadá.
- Orbitz: compañía de viajes por Internet.
- HomeAway: página web de alquileres vacacionales y rival de la popular plataforma Airbnb.
- AIRBNB: una de las plataformas en línea “Airbnb Ireland UCC” más conocidas a nivel mundial. Ofrece, entre otras cosas, el arrendamiento de “inmuebles residenciales o de otro tipo”, entre ellos los de uso turístico.
- Tripadvisor: plataforma turística líder en el mundo en función de ser un comparador de la industria hotelera. Además, con su opción de Instant Booking permite reservas dentro de la propia plataforma.

Según Gonzales y Lahura (2019): “Las ventajas competitivas hacen que la empresa marque una pauta respecto a la competencia y no permite que puedan ser absorbidas o desaparecidas del mercado. Permite sobrevivir a una organización dentro de los mercados saturados en donde la eficiencia permite alcanzar la competitividad.” (P.33)

Es cierto que las ventajas competitivas son fundamentales para la supervivencia y prominencia en mercados saturados. La diferenciación y eficiencia son clave, pero también es esencial la innovación continua. Para mejorar aún más, la empresa podría enfocarse en la adaptabilidad, anticipando las tendencias del mercado, invirtiendo en desarrollo de talento

y manteniendo una estrecha conexión con las necesidades cambiantes de los clientes. La flexibilidad y la anticipación permitirán no solo mantener, sino fortalecer esas ventajas competitivas a largo plazo.

2.5.1.3 Comunicación

Según Identify (2023): “Puedes promover la movilidad sostenible a través de pequeñas acciones como ofrecer información sobre el transporte público, alquilar bicicletas o fomentar caminatas y senderismo. La promoción de la movilidad sostenible es importante porque el transporte es responsable de una parte significativa de las emisiones de gases de efecto invernadero en la industria del turismo. Al promover estas opciones de transporte, los hoteles pueden reducir su impacto ambiental y contribuir a un turismo más responsable.”

A nuestro juicio promover la movilidad sostenible es una forma práctica y eficaz de contribuir a la protección medioambiental sostenible, mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y fomentar estilos de vida más saludables, activos y sostenibles, informar a los huéspedes que oportunidades de contribuir al medio ambiente se ofrece en la ciudad o el mismo establecimiento.

A nuestro entender, según Plaza (2015): “Si decidimos tener presencia en una red hay que publicar en ella con regularidad. Esta es una máxima en todos los sectores y el hotelero no es menos. Lo ideal es que las publicaciones en redes sociales para hoteles sean diarias en todas las redes sociales activas y en Twitter habría que publicar más de una vez al día. No olvidemos que los beneficios de Facebook se basan en la publicidad. Twitter e Instagram, en cambio, sí que muestran todas las publicaciones a todos los usuarios que siguen una cuenta. Vamos a mostrar los establecimientos y los servicios que prestamos en él. Es el ¿quiénes somos? de la web, pero casi casi en “directo”. A los clientes no les interesa tanto el edificio (a no ser que tenga Historia o que tenga algún diseño especial), sino el interior.

Las redes sociales para hoteles se convierten en un diario en el que el futuro huésped espera encontrar qué ha sucedido en el establecimiento en los últimos tiempos para así también poder averiguar qué se va a encontrar a su llegada y quiénes van a ser sus compañeros de viaje.”

Desde nuestro punto de vista tener presencia regularmente puede ser una estrategia eficaz, siempre y cuando nos centramos en contenidos de calidad y nos adaptemos a los intereses de nuestra audiencia. La coherencia y la autenticidad son esenciales para construir y mantener una comunidad comprometida.

Como menciona Cloudbeds (2023): “Para el sector hotelero, una estrategia de marketing en las redes sociales es una síntesis de conocimientos y tácticas que los hoteleros pueden implementar para alcanzar determinados objetivos. Requiere un pleno conocimiento de tu grupo demográfico objetivo, incluido cómo les gusta consumir contenido online. El marketing en redes sociales precisa una constante publicación, prueba y optimización en los diversos canales de comunicación, para atraer a posibles nuevos clientes y crear conocimiento de marca.”

A nuestro modo de ver una estrategia de marketing en redes sociales para la industria hotelera implica un enfoque integral que combina el conocimiento de la industria con tácticas efectivas para aprovechar al máximo las plataformas digitales y lograr objetivos comerciales comunes.

2.5.1.4 Productos y servicios digitales

Los productos digitales son productos intangibles que se compran y venden en Internet. Mientras que los productos físicos requieren crear varias unidades y enviar un artículo con cada pedido, los productos digitales sólo deben fabricarse una vez. El mismo producto puede venderse varias veces sin costos adicionales de fabricación, envío o inventario.

Lacalle (2023) indica: “Nosotros estamos en un mundo donde la preocupación por la sostenibilidad ya no es solo una moda pasajera, sino un valor arraigado en la mente de las personas. Cada vez más viajeros tienen en cuenta el impacto ambiental al elegir dónde alojarse, y los hoteles han comprendido que ser sostenibles no es solo una elección, sino un factor crucial para su éxito. La tecnología permite a los hoteles optimizar sus operaciones y recursos en tiempo real. La administración inteligente de los recursos, la eficiencia energética, y la reducción de residuos son solo algunas de las áreas en las que la tecnología está allanando el camino para una operación más ecológica. Para los hoteles es importante tener en cuenta que estas soluciones no solo reducen la huella ambiental, sino que también mejoran la rentabilidad al minimizar los costos operativos.”

La integración de tecnologías para optimizar operaciones no solo refleja un compromiso ambiental, sino que también demuestra una comprensión aguda de las demandas cambiantes de los viajeros conscientes. La eficiencia energética y la gestión inteligente de recursos no solo contribuyen a la reducción de la huella ambiental, sino que también se traducen en beneficios económicos a través de la minimización de costos operativos, destacando la interconexión entre sostenibilidad y rentabilidad.

Asimismo el autor en mención Lacalle (2023) destaca: “También desempeña un papel clave en la toma de decisiones informadas. Los datos recopilados y analizados a

través de sistemas tecnológicos brindan un panorama claro de las tendencias de consumo, patrones de ocupación y uso de recursos. Estos conocimientos permiten a los administradores identificar oportunidades de mejora y diseñar estrategias personalizadas para maximizar la eficiencia y minimizar el impacto ambiental de su hotel. La tecnología, en este sentido, no sólo habilita la sostenibilidad, sino que también fomenta una mentalidad proactiva hacia la gestión de recursos. En pocas palabras, la tecnología es el catalizador que impulsa la transición hacia la sostenibilidad en la industria hotelera. En la siguiente sección, explicaremos cómo la innovación tecnológica está forjando un camino de sostenibilidad dentro de los hoteles”.

Al aprovechar la información detallada sobre tendencias y patrones, los hoteles pueden adaptarse de manera eficiente, mejorando su sostenibilidad y eficacia operativa. La tecnología emerge como la herramienta esencial que impulsa una gestión ambientalmente consciente y estratégica en la industria hotelera.

Según la información por Rootstack (2022): “Gracias a las soluciones digitales los hoteles pueden recibir en tiempo real el feedback de sus clientes, conociendo su verdadera experiencia, lo que permite realizar un análisis de esos datos: qué se puede seguir mejorando y qué se tiene que arreglar para que la experiencia sea aún mejor para ese cliente cuando se hospede de nuevo en el hotel. Incluso, los hoteleros pueden mantener a sus clientes actualizados sobre ofertas interesantes o noticias recientes brindándoles acceso a información que se actualiza automáticamente. Los hoteleros no solo pueden crear un marketing digital muy específico, sino que también pueden realizar un seguimiento de sus resultados” (Párr.3)

La creciente prevalencia de productos y servicios digitales debido al COVID-19, es evidente el continuo aumento en este sector. La industria hotelera debe capitalizar esta tendencia, diferenciándose de sus competidores para potenciar los ingresos digitales y aumentar el tráfico en su sitio web. Aprovechar la transformación digital no solo permite incrementar la rentabilidad, sino también reducir los costos operativos, impulsar la calidad de los productos y servicios ofrecidos, y mejorar la satisfacción y resultados para los clientes. La implementación efectiva de estrategias digitales puede marcar la diferencia en un mercado cada vez más orientado hacia lo virtual, posicionando a los hoteles de manera competitiva y adaptativa frente a las cambiantes dinámicas del mercado.

2.5.1.5 Marketing sostenible

Se presenta como el objetivo que debe guiar a la humanidad en sus procesos de desarrollo a largo plazo, ello orientado a una serie de principios y valores que deben estar alineados con todos ámbitos y sectores de una sociedad.

Según Girón (2022) menciona a INEI: “Desde el 2016, el INEI ha venido desarrollando, con el apoyo de la División de Estadística de las Naciones Unidas y del Sistema de Naciones Unidas (SNU) en el Perú, una plataforma interactiva en ambiente web denominada Sistema de Monitoreo y Seguimiento de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la cual contiene información de encuestas de hogares y censos nacionales ejecutados por el INEI e información estadística de registros administrativos de entidades nacionales. Esta plataforma permitirá dar seguimiento al cumplimiento del PEDN y de la Agenda 2030 en línea con el marco global de indicadores.” (P.25)

La creación de la plataforma interactiva para monitorear los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible demuestra un compromiso claro con la transparencia y la rendición de cuentas. Esta herramienta facilitará el seguimiento del progreso hacia metas clave, alineándose con el marco global de indicadores y promoviendo la toma de decisiones informada para un desarrollo sostenible en línea. La creciente demanda por el marketing sostenible ha contribuido de manera decisiva a consecuencias medioambientales que pueden ser irreversibles si no ponemos freno a tiempo.

Ridge (2023) indica: “Una de las estrategias más efectivas en el marketing ecológico es la educación y concientización del consumidor. A través de campañas de información y sensibilización, las empresas buscan transmitir a los clientes la importancia de tomar decisiones de consumo responsables y optar por productos sustentables.” (párr.4)

La educación del consumidor es clave en la promoción de un consumo más consciente y sostenible. Estas campañas no solo benefician al medio ambiente, sino que también empoderan a los clientes para tomar decisiones informadas que respalden prácticas empresariales responsables.

A continuación, con el mismo autor Ridge (2023) menciona: “Otra estrategia clave es la innovación en productos y procesos. Las empresas están desarrollando cada vez más productos eco-amigables, utilizando materiales reciclados o biodegradables, reduciendo el consumo de energía y agua durante la fabricación, e implementando prácticas de producción sostenibles” (párr.5)

La apuesta por productos eco-amigables y procesos más eficientes no solo demuestra responsabilidad ambiental, sino que también abre oportunidades para un mercado más ético y en sintonía con las crecientes demandas de consumidores comprometidos con el cuidado del medio ambiente. Este enfoque innovador es clave para construir un futuro empresarial más sostenible.

2.5.2. Elección de hospedajes sostenibles

2.5.2.1. Hoteles

Según Les Roches (s.f) menciona: “La palabra hotel tiene su origen en el vocablo francés hotel, y se utilizaba para referirse a un albergue, o una mansión urbana. Un hotel puede ser definido como una empresa tradicional. El conjunto de numerosos hoteles y los profesionales que trabajan en ellos se suele denominar como la “industria hotelera”.

La industria hotelera es el colectivo de hoteles que nutren al mercado de turistas, usuarios y viajeros que buscan alojamiento en los destinos turísticos durante sus viajes. En la actualidad, la gestión de un hotel pasa por destrezas de gestión de costes, estrategias de precios, marketing digital, comunicación y habilidades de liderazgo. El campo de estudio enfocado hacia la gestión de hoteles se le llama hotelería. Un hotel es un establecimiento que ha sido edificado y planificado para dar alojamiento a los turistas y demás viajeros de manera temporal.”

Lo que da entender que la definición de un hotel refleja su función principal de proporcionar un espacio temporal para que los huéspedes descansen y se relajen, respaldado por una serie de servicios diseñados para hacer su estadía más cómoda y agradable.

Chavez, (2024): “Un hotel es un establecimiento cuyo principal servicio es el hospedaje, ofreciendo a las personas cierto nivel de confort y seguridad durante sus estadías. Entre sus servicios complementarios más importantes, se encuentra: alimentación, limpieza, wifi, aparcamiento y zonas de entretenimiento. El hospedaje consta de una de las prestaciones turísticas más importantes, ya que una instalación hotelera representa el lugar de llegada, resguardo y descanso de los turistas.”

Desde nuestro punto de vista es un establecimiento cuyo servicio principal es el alojamiento, brindando a las personas un cierto nivel de comodidad y seguridad durante su estadía, refleja fielmente y refleja las funciones esenciales de estas instituciones. Los hoteles se esfuerzan por crear experiencias memorables para los huéspedes, centrándose en la comodidad, la seguridad y la satisfacción general durante su estancia.

2.5.2.2. Tipos de alojamientos

Según Les Roches (s.f): “No existe el hotel ideal, si no que existen diferentes tipos de hoteles, cada uno dedicado a un segmento diferente del mercado turístico. Aunque la lista

es mucho más amplia de lo que podría abordarse en este artículo, los más conocidos son los siguientes tipos de hoteles:

- **Hotel boutique:** pequeño hotel, a veces situado en el centro de la ciudad, donde se prima la experiencia personalizada, el diseño único y el trato exclusivo.
- **Hotel rural:** situados en zonas rurales lejos de la ciudad, un hotel rural está relacionado con el mercado del ecoturismo. Los huéspedes acuden a un hotel rural para vivir una experiencia relajada, lejos del ajetreo de la gran ciudad.
- **Hotel monumento:** un hotel monumento es un hotel que ha sido creado a partir de una edificación histórica como un castillo, una catedral o cualquier edificación de alta significancia histórica.
- **Hotel balneario:** como indica su nombre, son hoteles que se dedican a dar servicios de balnearios. Se dedican al segmento de la relajación y suelen ofrecer spas, hammam, gimnasios o clases de yoga.
- **Hotel-albergue:** parecido a un hostel, un hotel-albergue es un punto de descanso para los viajeros que realizan grandes viajes. Por ejemplo, encontramos hotel-albergues que son altamente transitados por mochileros o turistas en bici que realizan largas trayectorias.

Los datos señalan que la existencia de diferentes tipos de hoteles refleja la diversidad de necesidades y preferencias de los viajeros, así como las demandas específicas de diferentes mercados y segmentos de la industria. La diversidad de opciones en la industria hotelera permite a los viajeros elegir según sus necesidades y preferencias, contribuyendo así a una experiencia de viaje más personalizada y satisfactoria.

2.5.2.3. Certificaciones, premios y reconocimientos en hoteles

Camino Real Hoteles (s.f) refiere: “Los Travellers” Choice premia a los negocios que reciben opiniones positivas de forma sistemática, reconoce a los alojamientos, atracciones y restaurantes que han demostrado de forma constante su excelencia en el ámbito de la hospitalidad. Los ganadores de este premio se encuentran entre el 10% de los mejores perfiles de Tripadvisor. Travellers’ Choice de Tripadvisor premia a los alojamientos, atracciones y restaurantes que han demostrado de forma constante su excelencia en el ámbito de la hospitalidad.”

Creemos que los premios Travellers’ Choice pueden proporcionar información valiosa a los viajeros porque reflejan las experiencias de la vida real de otros usuarios. Estos premios a menudo reconocen la excelencia en la industria de viajes y brindan a los viajeros orientación adicional al planificar sus viajes.

De acuerdo con Stay Unique (2023): "World Travel Awards" significa premios mundiales del viaje y como su nombre lo indica, son una especie de Oscar de la industria de viajes. Los World Travel Awards se celebran anualmente desde el año 1993. Se trata de una especie de certamen creado por el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo. En donde se reconoce a aquellas instituciones que trabajan con excelencia en el sector.

Concretamente, el objetivo de estos premios es reconocer, recompensar y celebrar la excelencia en todos los sectores clave de las industrias de viajes, turismo y hotelería. Tanto el jurado de especialistas como los consumidores son quienes deciden los ganadores en función de las nominaciones en diferentes categorías. Algunas de ellas son comida, medallas, hoteles, empresas, agencia de servicios, pero hay muchas otras."

Los World Travel Awards son significativos porque combinan votos de consumidores y expertos, ofreciendo una evaluación integral de la calidad y logros en la industria de viajes. Su competencia global hace que ganarlos sea un reconocimiento distinguido.

2.5.2.4 Clasificación de Hoteles

Desde el punto de vista Les Roches (s.f): los hoteles clasifican según comodidad y calidad de servicio en dos categorías principales: estrellas y diamantes. La clasificación por estrellas (1-5) es la más conocida.

Categorías:

1. Básico (1 estrella): Limpio, instalaciones compactas.
2. Estándar (2 estrellas): Baño privado, teléfono, TV.
3. Comfort (3 estrellas): Comodidad, personalización, piscina, restaurantes.
4. Lujo (4 estrellas): Varios restaurantes, servicio personalizado, valet parking.
5. Lujo máximo (5 estrellas): Servicio personalizado, spa, campos de golf.

Estas clasificaciones orientan a viajeros en su elección de alojamiento según necesidades y expectativas, considerando variaciones en criterios organizacionales y preferencias individuales.

2.5.2.5 Hoteles sostenibles

Como afirma BBVA (2023): "La diferencia entre un alojamiento hotelero convencional y uno sostenible se basa en la puesta en práctica de medidas alineadas con los principios del turismo sostenible. Cada vez son más los hoteles en los que prima la reducción de la huella de carbono, la conservación de los recursos naturales y el respeto por el entorno, o el

impulso de actividades económicas de cercanía que sean sostenibles en el tiempo y que, a la vez, mejoren la economía y el medioambiente.”

La elección entre alojamiento convencional y sostenible depende de las preferencias personales y compromiso ambiental del viajero. Los hoteles sostenibles aspiran a minimizar su impacto negativo y contribuir positivamente al entorno, equilibrando responsabilidad ambiental y social.

Desde el punto de vista del Instituto Tecnológico Hotelero (2024): “Diseñar el hotel con una construcción sostenible y poseer una certificación que lo demuestre. En el caso en el que el hotel ya esté construido toda ampliación o reforma debe tener en cuenta este aspecto. El primer paso para contar con un hotel sostenible es contar en origen o acondicionar el edificio con un diseño de infraestructura eficiente que minimice consumos energéticos y de agua y sea respetuoso con el entorno. Características de una construcción sostenible pueden ser: que el diseño del edificio aproveche al máximo la luz y la ventilación natural, aprovechamiento de agua pluvial, minimización de emisiones al aire y al agua, bajo impacto paisajístico y lumínico, etc.”

Las certificaciones de sostenibilidad hotelera no son una garantía absoluta de compromiso ambiental a largo plazo. Es necesario que los hoteles demuestren un compromiso constante con la mejora continua de prácticas sostenibles. Además, los viajeros deben investigar y entender el significado y alcance de cada certificación, ya que varían en objetivos y estándares.

2.5.2.6 Estrategia de sostenibilidad

Como menciona (2021): “Para empezar a recorrer el camino hacia la sostenibilidad el primer paso es identificar la situación actual del hotel: uso del agua y electricidad, cálculo de la huella de carbono o documentar las prácticas en Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La recopilación y análisis de los principales aspectos sociales, económicos y ambientales de la organización ofrecerá un punto de partida sobre cómo construir una estrategia y un plan de acción.”

La sostenibilidad hotelera es una estrategia triplemente beneficiosa: ética, económicamente rentable y socialmente responsable, fortaleciendo la conexión con huéspedes y comunidad.

Teniendo en cuenta a Ochoa (2023): “Adoptar la automatización puede que nos sorprenda saber que la tecnología hotelera y los dispositivos inteligentes contribuyen no solo a optimizar las operaciones de tu hotel, sino que también desempeñan un papel importante a la hora de llevar la sostenibilidad de tu hotel a un nuevo nivel.”

La integración de automatización en la industria hotelera exige precisión para armonizar eficiencia operativa con la atención personalizada y calidez humana que distingue esta industria. Asimismo, contar con respaldo humano especializado es crucial para abordar situaciones imprevistas y brindar experiencias memorables y acogedoras.

Según Cityflow (2023): “Implementar prácticas de diseño y construcción sostenibles al construir o renovar instalaciones hoteleras, utilizando materiales de construcción ecológicos, eficiencia energética y diseño que incorpore la luz natural y la ventilación adecuada. Al adoptar estas estrategias, los hoteles pueden no sólo reducir su impacto ambiental, sino también mejorar su imagen de marca y atraer a huéspedes comprometidos con la sostenibilidad.”

Incorporar principios de sostenibilidad en el diseño y construcción de hoteles es una estrategia visionaria que genera múltiples ventajas. Esta iniciativa no sólo mitiga el impacto ambiental, sino que también optimiza costos, realza la reputación empresarial y atrae una clientela cada vez más consciente de la responsabilidad ecológica.

2.5.2.7 Abastecimiento sostenible

De acuerdo con Climate Trade (2023): “Los hoteles podrían ofrecer menús de alimentos y bebidas sostenibles que prioricen el abastecimiento local, forjando relaciones con agricultores, pescadores y proveedores cercanos para obtener ingredientes frescos, de temporada y producidos localmente. Los hoteles sostenibles también pueden priorizar prácticas agrícolas orgánicas y sostenibles, evitando pesticidas sintéticos, organismos modificados genéticamente (OMGs) y fertilizantes químicos excesivos. Los hoteles pueden diseñar sus menús de alimentos en torno a productos de temporada, asegurándose de que los ingredientes estén disponibles de forma natural durante momentos específicos del año.”

Nuestra perspectiva indica que esta tendencia es sumamente positiva y se alinea con el creciente interés por la sostenibilidad en la industria gastronómica y hotelera. Incorporar abastecimiento sostenible en la oferta gastronómica de un hotel es una decisión ética, respetuosa con el medio ambiente y estratégicamente inteligente para adaptarse a demandas cambiantes. La conciencia ambiental en el mercado es cada vez más pronunciada.

Citando al artículo de la web de Mottura (s.f): “Como resultado del estudio dentro del sector, será conveniente realizar un check-list de los proveedores más adecuados en términos de calidad, coste o servicios. Busca aquellos proveedores que cumplan con los estándares de la industria, que proporcionen productos homologados, orgánicos y con diseños acordes al perfil del hotel. Es de suma importancia este paso, porque no solo está

en juego la imagen del hotel, sino también la salud de tus huéspedes. Regula constantemente los filtros de calidad en el check-list de proveedores autorizados.”

Crear un checklist de proveedores hoteleros es una estrategia astuta y rentable que optimiza la gestión. El análisis exhaustivo y la elaboración de listas de verificación ofrecen múltiples beneficios para una administración hotelera eficiente y sostenible.

Según Mora (2010) la gestión logística es una función gerencial: “Como función gerencial, la logística involucra además de la distribución física, es decir, del almacenamiento y el transporte, otros conceptos como la localización de las plantas y bodegas, los niveles de inventarios, los sistemas de indicadores de gestión y el sistema de información; los cuales se constituyen en aspectos importantes del proceso logístico integral.” (p. 8)

Comprendemos que la logística como una función gerencial abarca elementos clave que son fundamentales para el éxito de la cadena de suministro y la satisfacción del cliente en un entorno empresarial moderno y dinámico.

2.5.2.8. Compromiso del hospedaje con el medio ambiente

González (2021), menciona: “Las empresas deben ir sumándose a estos significativos compromisos que demuestran respeto al ambiente y son características de empresas u organizaciones competitivas; mediante la plataforma del MINAM se busca articular voluntades inspiradas en construir un Perú sostenible y climáticamente responsable.”

Desde nuestra perspectiva, el compromiso ambiental en la industria hotelera es una estrategia integral que reporta beneficios mutuos para la empresa y su entorno operativo, demostrando liderazgo en responsabilidad social y contribuyendo significativamente a la consolidación de un turismo sostenible.

Como afirma Compromiso RSE (2024): “Alojarse en hoteles comprometidos con el medio ambiente ya es posible, una iniciativa de TripAdvisor informa de los alojamientos que llevan a cabo prácticas ecológicas lo cual la web de viajes TripAdvisor ha lanzado su programa Ecolíderes, que ofrecerá información a los viajeros sobre qué hoteles actúan de manera más respetuosa con el medio ambiente.”

Según nuestra perspectiva, elegir hoteles ambientalmente responsables es una forma práctica y efectiva de incorporar sostenibilidad en tus planes de viaje, proteger el medio ambiente y promover prácticas éticas en el sector turístico, con múltiples beneficios.

Según Valenzuela (2017): “Son cada vez más numerosas las empresas hoteleras que incorporan de forma continuada prácticas de mejora ambiental al funcionamiento de sus

instalaciones a partir del creciente consenso sobre los beneficios que de ello se derivan para el comportamiento económico de sus negocios. Este reforzamiento del compromiso ambiental en el sector turístico se traduce en la obtención por las empresas hoteleras de certificaciones formales para sus hoteles mediante las que se acrediten fehacientemente los términos prácticos en que se concreta dicho compromiso; adelantamos desde ahora que son muy pocas las que se inclinan por la gestión ambiental integrada como la variante más ambiciosa y detallada de la sostenibilidad ambiental hotelera.”

Esta tendencia demuestra un reconocimiento creciente de la sostenibilidad en la industria, mostrando beneficios trascendentales: protege el medio ambiente, mejora la reputación, optimiza eficiencia operativa y eleva la satisfacción del cliente, impulsando la industria hacia prácticas responsables y sostenibles.

2.5.3. Población y Muestra

- **Población:** Según Vizcaíno, Cedeño & Maldonado (2023): “El concepto de población y muestra constituye un pilar fundamental para la validez y generalización de los resultados obtenidos. La "población" se refiere al conjunto completo de individuos, elementos o fenómenos que comparten una característica común y son objeto de estudio.” En el presente estudio, la población está compuesta por usuarios de plataformas digitales de reservas y propietarios/gestores de hospedajes sostenibles, ya que estos actores son clave para comprender las tendencias y prácticas de sostenibilidad en el sector de la hospitalidad.
- **Muestra:** 103 viajeros seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. El muestreo no probabilístico por conveniencia es..“Un tipo de muestreo no probabilístico que se utiliza cuando la muestra estadística se selecciona a partir de individuos que están cercanos al investigador, sin la necesidad de cumplir con requisitos específicos. Este enfoque permite al investigador recolectar datos de manera rápida y sencilla, aunque puede no ser representativo de la población general.” (Enciclopedia Iberoamericana, 2019).

2.5.4. Instrumentos de Recolección de Datos

- **Encuestas:** Cuestionarios estructurados diseñados para capturar datos cuantitativos sobre las preferencias y comportamientos de los usuarios en relación con la elección de hospedajes sostenibles.

- **Entrevistas:** Guía de entrevistas semi-estructuradas para obtener datos cualitativos de propietarios/gestores de hospedajes sostenibles.

2.5.5. Metodología

- **Métodos cuantitativos:** Según Watkins (2020): “Los métodos cuantitativos ofrecen herramientas potentes de análisis empírico para las ciencias sociales. Éstos permiten probar diversas hipótesis derivadas de la teoría, ir más allá de la opinión y tomar decisiones acertadas según los contextos y situaciones particulares.” Basándonos en esta perspectiva, hemos creado encuestas para obtener respuestas de los participantes y fundamentar nuestro análisis.
- **Análisis Estadístico:** Según Tesis y masters (2024): “El análisis estadístico es el proceso que se realiza para poder interpretar los datos numéricos que tenemos a disposición. La finalidad que tiene es de ayudar a tomar decisiones, sobre todo en el mundo de los negocios.” Este análisis puede enfocarse en niveles descriptivos y correlacionales, especialmente en encuestas, para entender mejor las características de la muestra estudiada y explorar relaciones potenciales entre variables.
- **Análisis Temático:** Para analizar los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas, el análisis temático se presenta como un método central en investigación cualitativa, ya que permite identificar patrones en los datos. Según este enfoque, los investigadores examinan los datos cualitativos para estructurar y describir el conjunto de información en detalle, organizándolo a través de temas y motivos que emergen directamente de los propios datos (Hecker & Kalpokas, 2024).

2.5.6. Variables de Estudio

- **Variables Dependientes:** Elección de hospedajes sostenibles.
- **Variables Independientes:**
 - Reseñas de usuarios.
 - Certificaciones ecológicas.
 - Funcionalidades de la plataforma (facilidad de uso, búsqueda y filtrado).

2.5.7. Tecnologías y Herramientas Utilizadas

- **Software de Encuestas:** Google Forms, SurveyMonkey o similar.
- **Software de Análisis Estadístico:** SPSS, R, o Excel.
- **Plataformas Digitales de Reserva:** Ejemplos incluyen Booking.com, Airbnb, Expedia, entre otros.

2.5.8. Resultados Esperados

- Identificación de los factores clave que influyen en la elección de hospedajes sostenibles.
- Evaluación de la importancia de las reseñas y certificaciones ecológicas.
- Propuestas de mejoras para las funcionalidades de las plataformas digitales que faciliten la elección de opciones sostenibles.

2.5.9. Recomendaciones

- Mejora de las funcionalidades de búsqueda y filtrado en las plataformas digitales.
- Mayor visibilidad y accesibilidad de la información sobre sostenibilidad.
- Colaboración entre plataformas digitales y alojamientos para promover prácticas sostenibles.

2.5.10. Impacto del Proyecto

- **Académico:** Contribución al conocimiento sobre la intersección entre tecnología y sostenibilidad en el turismo.
- **Práctico:** Proporcionar recomendaciones útiles para desarrolladores de plataformas digitales y gestores de hospedajes.
- **Social:** Fomentar un comportamiento más sostenible entre los viajeros.

2.5.11. Cronograma de Actividades

Un cronograma detallado que incluye todas las etapas del proyecto, desde la revisión de la literatura hasta la presentación final de la tesis (ver componente del proyecto para detalles específicos).

2.5.12. Presupuesto Estimado

- **Recursos Humanos:** Investigador principal, asistentes de investigación.
- **Materiales y Suministros:** Papelería, material de oficina.
- **Tecnología:** Licencias de software, equipos informáticos.
- **** Incentivos para participantes de encuestas, transporte para entrevistas.**

2.5.13. Limitaciones del Estudio

- Posible sesgo en las respuestas de los encuestados.
- Acceso limitado a propietarios/gestores de hospedajes sostenibles.

- Variabilidad en la definición y percepción de "sostenibilidad" entre los participantes.

2.6. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas

Tabla 1

Análisis comparativo de plataformas digitales

Plataforma Digital	Atributos y Características	Mejoras y Novedades Tecnológicas
Booking.com	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia gama de opciones de alojamiento - Filtros para propiedades sostenibles - Reseñas de usuarios. - Certificaciones ecológicas mostradas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de un filtro avanzado de sostenibilidad, permitiendo a los usuarios seleccionar criterios específicos de sostenibilidad. - Integración de herramientas de visualización de impacto ambiental, mostrando la huella de carbono del alojamiento.
Airbnb	<ul style="list-style-type: none"> - Opciones de alojamiento únicas y diversas. - Evaluaciones y comentarios de huéspedes. - Programas de anfitriones sostenibles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción de un "sello verde" para propiedades que cumplen con altos estándares de sostenibilidad. - Desarrollo de una sección dedicada a alojamientos sostenibles, con información detallada sobre las prácticas ecológicas de cada propiedad.
Expedia	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de reservas de múltiples servicios. - Filtros para hoteles ecológicos. - Información sobre prácticas sostenibles de los hoteles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de las funciones de búsqueda para incluir más detalles sobre prácticas sostenibles, como uso de energías renovables y gestión de residuos. - Colaboración con certificadores externos para garantizar la autenticidad de las prácticas sostenibles declaradas por los alojamientos.
TripAdvisor	<ul style="list-style-type: none"> - Reseñas y calificaciones de usuarios. - Listas de hoteles ecológicos recomendados. - Información detallada de cada establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción de un índice de sostenibilidad que clasifica los alojamientos según múltiples criterios ecológicos. - Implementación de un sistema de recompensas para usuarios que elijan hospedajes sostenibles, incentivando decisiones responsables.
Hotels.com	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia red de hoteles en todo el mundo - Filtros para hoteles con certificaciones ecológicas. - Programa de recompensas 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de la interfaz de usuario para resaltar más claramente las opciones sostenibles. - Integración de informes de impacto ambiental personalizados para los usuarios, mostrando el impacto positivo de sus elecciones de hospedaje sostenible.

2.6.1. Comparación Detallada:

2.6.1.1. Filtros y Búsqueda Avanzada

- **Actual:** Todas las plataformas mencionadas ofrecen filtros básicos para propiedades sostenibles.
- **Mejora Propuesta:** Implementar filtros más detallados y específicos, permitiendo a los usuarios seleccionar alojamientos según criterios precisos de sostenibilidad, como el uso de energías renovables, gestión de agua, y reducción de residuos.

2.6.1.2. Certificaciones Ecológicas

- **Actual:** La mayoría de las plataformas muestran certificaciones ecológicas, pero la verificación puede ser inconsistente.
- **Mejora Propuesta:** Colaborar con certificadores externos reconocidos para asegurar la autenticidad de las certificaciones y proporcionar una evaluación transparente y confiable.

2.6.1.3. Reseñas y Comentarios de Usuarios

- **Actual:** Las plataformas permiten a los usuarios dejar reseñas y comentarios sobre su experiencia.
- **Mejora Propuesta:** Introducir un índice de sostenibilidad basado en las evaluaciones de los usuarios que destaque específicamente la calidad de las prácticas sostenibles de cada propiedad.

2.6.1.4. Interfaz de Usuario

- **Actual:** La visibilidad de las opciones sostenibles puede ser limitada en algunas plataformas.
- **Mejora Propuesta:** Rediseñar la interfaz de usuario para resaltar las opciones sostenibles, utilizando iconos y etiquetas claros, y crear secciones dedicadas a alojamientos ecológicos.

2.6.1.5. Educación del Consumidor

- **Actual:** Información sobre sostenibilidad a menudo está dispersa o no es muy visible.

- **Mejora Propuesta:** Desarrollar sesiones educativas dentro de las plataformas que expliquen la importancia de la sostenibilidad y cómo las decisiones de hospedaje pueden tener un impacto ambiental positivo.

2.6.1.6. Recompensas e Incentivos

- **Actual:** Algunas plataformas ofrecen programas de recompensas generales.
- **Mejora Propuesta:** Implementar sistemas de recompensas específicos para usuarios que eligen opciones sostenibles, incentivando la adopción de prácticas de turismo responsable.

2.6.2. Impacto Esperado

- **Turistas:** Mayor conciencia y adopción de prácticas de viaje sostenibles.
- **Alojamientos:** Mayor incentivo para implementar y mantener prácticas sostenibles.
- **Plataformas:** Diferenciación en un mercado competitivo y mejora de la imagen corporativa.

2.7. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto

2.7.1. Objetivo general

Determinar de qué manera las plataformas digitales influyen en la elección de hospedajes sostenibles.

2.7.2. Objetivos específicos

- Identificar las plataformas digitales más utilizadas por los viajeros para buscar y reservar hospedajes sostenibles.
- Analizar los factores de sostenibilidad que los viajeros consideran más importantes al elegir un hospedaje a través de plataformas digitales.
- Evaluar el impacto de las opiniones y reseñas en línea sobre la decisión de elegir hospedajes sostenibles.
- Explorar las percepciones y actitudes de los viajeros hacia los hospedajes sostenibles promovidos en plataformas digitales.
- Proponer recomendaciones para mejorar la visibilidad y atractivo de los hospedajes sostenibles en las plataformas digitales.

2.8. Plan de actividades del proyecto

Tabla 2

Plan de actividades del proyecto

Actividad	Descripción	Duración	Periodo
1. Revisión de Literatura	Búsqueda y análisis de estudios previos, artículos académicos y fuentes relevantes sobre el tema.	1 mes	Julio 2024
2. Diseño del Cuestionario	Elaboración y validación de los instrumentos de recolección de datos (cuestionario)	1 mes	Agosto 2024
3. Prueba Piloto	Realización de una prueba piloto del cuestionario.	2 semanas	Primera quincena de agosto 2024
4. Recolección de Datos (Encuestas)	Aplicación de encuestas a los usuarios de plataformas digitales de reservas.	2 meses	Agosto - Septiembre 2024
5. Análisis de Datos Cuantitativos	Análisis estadístico de los datos obtenidos de las encuestas utilizando software especializado.	1 mes	Octubre 2024
6. Redacción del Informe Parcial	Redacción de un informe preliminar con los resultados obtenidos hasta el momento.	1 mes	Noviembre 2024
7. Revisión y Feedback del Informe Parcial	Revisión del informe parcial por el tutor y realización de ajustes según sus comentarios.	2 semanas	Primera quincena de diciembre 2024
8. Redacción del Informe Final	Redacción del informe final de la tesis, incorporando todos los resultados y análisis.	1 mes	Segunda quincena de diciembre 2024 - enero 2025
9. Revisión y Corrección del Informe Final	Revisión del informe final por el tutor y corrección de detalles según su feedback.	2 semanas	Primera quincena de enero 2025
10. Preparación de la Presentación	Preparación de la presentación final para la defensa de la tesis.	2 semanas	Segunda quincena de enero 2025
11. Presentación de la Tesis	Defensa de la tesis ante el comité académico.	1 día	Enero 2025
12. Incorporación de Comentarios	Incorporación de cualquier comentario o ajuste final sugerido por	1 semana	Primera semana de

Finales	el comité académico.	febrero 2025
13. Entrega de la Tesis Final	Entrega oficial de la tesis final 1 día revisada y corregida.	Febrero 2025

2.9. Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar

2.9.1. Diseño Experimental

El estudio emplea un diseño de enfoques cuantitativos para obtener una comprensión integral del fenómeno investigado. Este enfoque permitirá captar tanto los aspectos medibles del comportamiento del consumidor como las percepciones y experiencias subjetivas de los usuarios y propietarios de hospedajes sostenibles.

- Fase Cuantitativa: Se realizará a través de encuestas estructuradas a usuarios de plataformas digitales de reservas.

2.9.2. Sistemas de registros

- Encuestas: Las respuestas de las encuestas se registran y almacenan en una base de datos electrónica utilizando herramientas como Google Forms o SurveyMonkey.
- Datos Secundarios: Información adicional sobre prácticas sostenibles y certificaciones ecológicas se recopilará de fuentes secundarias como informes de la industria y bases de datos académicas.

2.9.3. Técnicas a utilizar

- Análisis Cuantitativo:
- Estadísticas Descriptivas: Para resumir y describir las características de la muestra (e.g., frecuencias, porcentajes, medias).
- Estadísticas Inferenciales: Análisis de correlación y regresión para identificar relaciones y predecir la influencia de diferentes factores en la elección de hospedajes sostenibles.
- Software: SPSS, R o Excel para el análisis de datos, Google Form

2.9.4 Diseño del Cuestionario

Definición de Objetivos: El primer paso para diseñar el cuestionario es definir con claridad los objetivos de la investigación y cómo estos se reflejarán en las preguntas. En este caso, el cuestionario tiene el objetivo de evaluar la influencia de las plataformas digitales en la

elección de alojamientos sostenibles. Por lo tanto, las preguntas deben alinearse directamente con los indicadores que reflejan esta relación.

- Evaluar qué tanto los turistas valoran la sostenibilidad al reservar hoteles en plataformas digitales.
- Determinar cómo influyen las reseñas y certificaciones ecológicas en la decisión de los usuarios.
- Medir la frecuencia con que los turistas utilizan plataformas digitales para elegir hoteles sostenibles.
- Tipos de Preguntas: Se utilizarán distintos tipos de preguntas para recopilar datos precisos.
- Preguntas cerradas: Proporcionan opciones de respuesta fijas y ayudan a cuantificar las preferencias o comportamientos.
- Escalas Likert.
- Preguntas demográficas:
- Estructura y Secuenciación

2.9.4.1 Extensión y Claridad del Cuestionario

Para maximizar la tasa de respuesta y la calidad de los datos, el cuestionario será breve (idealmente no más de 5 minutos para completarlo) y redactado en un lenguaje claro y accesible. Las preguntas ambiguas o complicadas serán evitadas, y se proporcionarán instrucciones claras en cada sección.

2.9.4.2 Técnicas de Validación del Cuestionario

- Validez de Contenido: Se llevará a cabo una validación de contenido mediante la revisión de expertos en sostenibilidad y marketing digital. Estos expertos revisarán el cuestionario para garantizar que todas las preguntas sean pertinentes, representen los conceptos clave de la investigación, y no dejen aspectos importantes sin cubrir.
- Prueba Piloto: Antes de lanzar el cuestionario a una muestra más amplia, se realizará una prueba piloto con un grupo reducido de turistas y hoteleros. Este proceso permitirá identificar problemas como la incomprensión de preguntas o la necesidad de ajustar la longitud del cuestionario. Los comentarios obtenidos se utilizarán para refinar el diseño del cuestionario y asegurarse de que sea eficaz para captar los datos relevantes.
- Confiabilidad del Cuestionario (Consistencia Interna): Para evaluar la consistencia interna del cuestionario, se aplicará el coeficiente alfa de Cronbach a las preguntas de escala Likert. Este indicador estadístico mide si las preguntas que pretenden

evaluar un mismo concepto (por ejemplo, la percepción de la sostenibilidad en las plataformas digitales) son coherentes entre sí. Un alfa de Cronbach superior a 0.7 indicará una buena consistencia interna.

- Validez de Constructo: Se realizará un análisis factorial exploratorio (si la muestra es suficientemente amplia) para verificar si las preguntas diseñadas para medir un mismo constructo (por ejemplo, la influencia de las plataformas digitales) agrupan adecuadamente los datos en factores relacionados, lo que permitirá validar si el cuestionario mide lo que pretende medir.

2.9.5. Variables a estudiar

V1: Uso de plataformas digitales

En el contexto de la investigación puede utilizarse para estudiar patrones de comportamiento digital, preferencias de los usuarios y el impacto de la tecnología digital en la vida diaria, entre otros aspectos relacionados con la adopción y uso de la tecnología digital. Se describe la frecuencia, intensidad, duración y/o naturaleza de las interacciones de un individuo, grupo o entidad con diversas aplicaciones móviles, sitios web, redes sociales y servicios en línea.

Operacionalmente se puede definir como las características que tiene el uso de las plataformas digitales y cómo es percibido por el usuario y es basado en 3 dimensiones:

- D1: Frecuencia de Uso
- D2: Profundidad de Uso
- D3: Experiencia de usuario

Tabla 3

Variable uso de plataformas digitales

Variable (V1)	Dimensiones	Descripción	Indicadores
Uso de plataformas digitales	D1: Frecuencia de Uso	Se refiere a cuántas veces el usuario interactúa con plataformas digitales en un periodo de tiempo determinado (diario, semanal, mensual).	- Número de visitas - Cantidad de veces que accede por día/semana/mes.
	D2: Profundidad de Uso	Analiza cuántas funciones y características de las plataformas digitales el usuario utiliza, indicando qué tan involucrado está con el sistema.	- Número de funcionalidades utilizadas - Nivel de complejidad de las tareas realizadas.
	D3: Experiencia de Usuario	Mide cómo los usuarios perciben la facilidad de uso, utilidad y satisfacción al interactuar con plataformas digitales.	- Grado de satisfacción - Facilidad de navegación - Opiniones sobre la utilidad percibida.

V2: Influencia para la elección de hospedajes sostenibles

Se define como un concepto que describe los factores que motivan a las personas a elegir hospedajes para participar en prácticas sostenibles, buscar una mejor comprensión de las motivaciones y factores que impulsan el comportamiento del consumidor y recurrir a opciones más sostenibles. Esto puede ayudar a promover prácticas turísticas más responsables y sostenibles, así como orientar estrategias de marketing y políticas públicas en el sector turístico.

Operacionalmente, como unas características que influyen en la elección de un hospedaje sostenible puede ser basado en 3 dimensiones:

- D1: Conciencia ambiental
- D2: Beneficios percibidos

- D3: Factores influenciadores

Tabla 4

Variable influencia para la elección de hospedajes sostenibles

Variable (V2)	Dimensiones	Descripción	Indicadores
Influencia para la elección de hospedajes sostenibles.	D1: Conciencia ambiental	Refleja el nivel de conocimiento y preocupación del consumidor por el medio ambiente, y su deseo de apoyar prácticas de turismo sostenible.	- Nivel de conocimiento del sobre problemas ambientales. - Actitudes hacia el turismo sostenible
	D2: Beneficios Percibidos	Se refiere a las ventajas que los consumidores asocian con hospedajes sostenibles, como ahorro de recursos o bienestar personal.	- Ahorro percibido de agua/energía. - Mejor percepción del confort y bienestar
	D3: Factores influenciadores	Evalúa los elementos externos que influyen en la decisión de optar por hospedajes sostenibles, como opiniones, tendencias o incentivos.	- Influencia de reseñas en línea. - Tendencias sociales - Incentivos financieros

2.9.5.1. Variables Independientes

- Reseñas de Usuarios: Evaluaciones y comentarios de los usuarios sobre las propiedades.
- Certificaciones Ecológicas: Presencia de certificaciones que acrediten prácticas sostenibles.
- Facilidad de Uso de la Plataforma: Usabilidad y funcionalidades de las plataformas digitales que facilitan la búsqueda de hospedajes sostenibles.

2.9.5.2 Variables Dependientes

- Elección de Hospedajes Sostenibles: Decisión de los usuarios de optar por alojamientos con prácticas sostenibles.

2.9.6. Procedimiento de Recolección de Datos

2.9.6.1. Cuestionarios

- Diseño del Cuestionario: El cuestionario incluirá preguntas demográficas, así como ítems específicos sobre factores que influyen en la elección de hospedajes sostenibles.
- Distribución: El cuestionario se distribuirá en línea a través de plataformas de reservas y redes sociales.

2.9.6.2 Análisis de Datos: Fase Cuantitativa

- Los datos de las encuestas se analizarán utilizando técnicas estadísticas para identificar patrones y relaciones significativas.
- Se emplearán pruebas de hipótesis para determinar la influencia de las variables independientes sobre la variable dependiente.

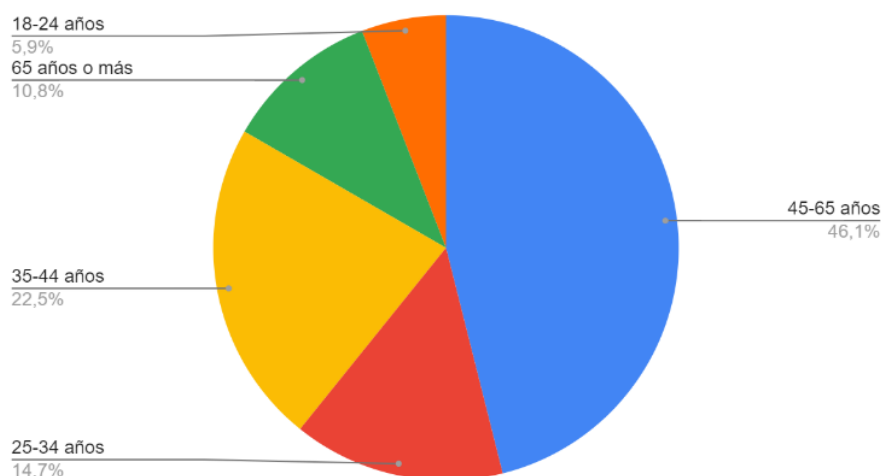
Tabla 05

Análisis de la pregunta: ¿Cuál es su rango de edad?

Rango de edad	Cantidad	Total en %
18-24 años	6	5.9%
25-34 años	15	14.7%
35-44 años	23	22.5%
45-65 años	47	46.1%
65 años o más	11	10.8%

Figura 1

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Cuál es su rango de edad?



El grupo de edad de **45 a 65 años** representa un **46%** de los encuestados, lo que indica que esta franja es la más significativa en términos de uso de plataformas digitales para la elección de alojamientos sostenibles. Este dato sugiere que las personas de este rango de edad podrían estar más interesadas en opciones de alojamiento sostenibles o que utilizan más frecuentemente las plataformas digitales para investigar y tomar decisiones sobre alojamiento.

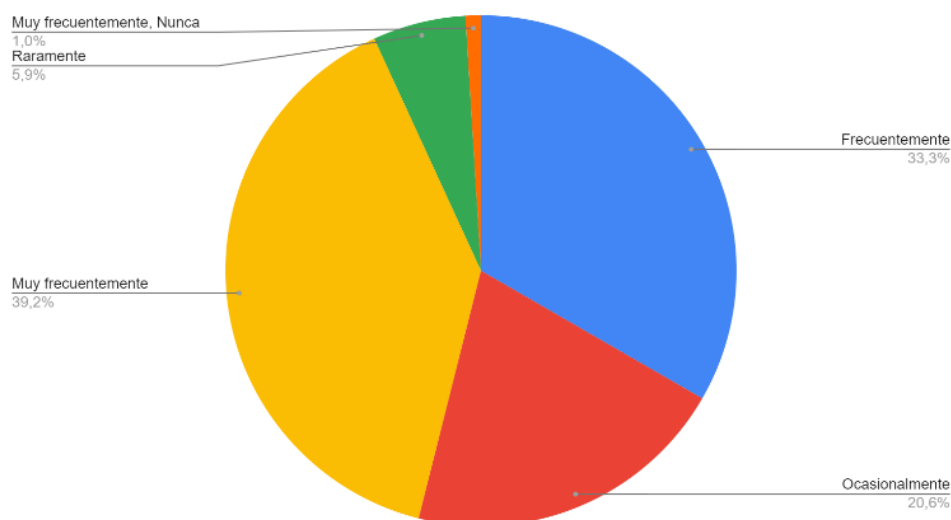
Tabla 6

Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a plataformas digitales?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Frecuentemente	34	33.3%
Muy frecuentemente	40	39.2%
Nunca	1	1%
Ocasionalmente	21	20.6%
Raramente	6	5.9%

Figura 2

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a plataformas digitales?



El gráfico muestra que la mayoría de los encuestados acceden a plataformas digitales con alta frecuencia. El **39.2%** respondió que lo hace **muy frecuentemente**, lo que indica un uso intensivo de estas herramientas digitales para buscar información o realizar decisiones relacionadas con alojamientos sostenibles. Este gráfico destaca que el acceso a plataformas digitales es muy habitual entre los encuestados, con un **72.5%** accediendo frecuentemente o muy frecuentemente, lo que subraya la relevancia de estas plataformas en la toma de decisiones sobre alojamientos sostenibles.

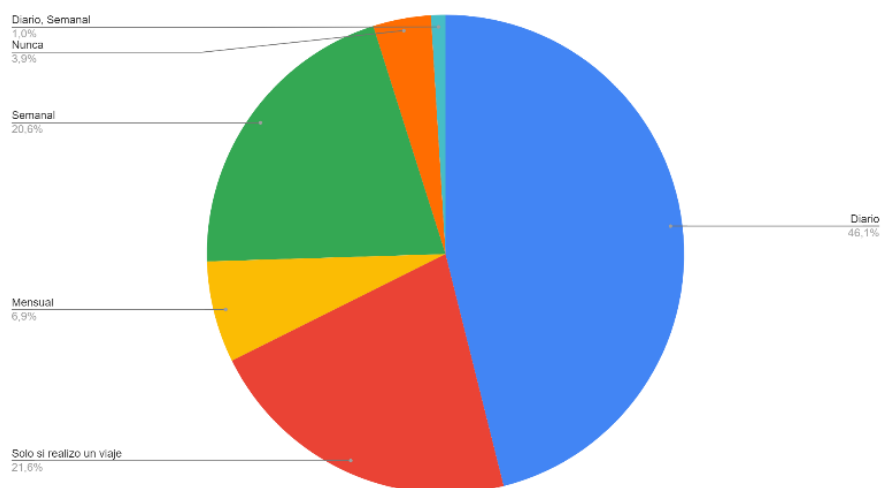
Tabla 7

Análisis de la pregunta: ¿Cuántas veces sueles iniciar sesión en alguna plataforma digital?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Diario	47	46.1%
Diario, Semanal	1	1%
Mensual	7	6.9%
Nunca	4	3.9%
Semanal	21	20.6%
Solo si realizo un viaje	22	21.6%

Figura 3

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Cuántas veces sueles iniciar sesión en alguna plataforma digital?



La mayoría de los encuestados, un **46.1%**, indicó que inicia sesión **diariamente** en alguna plataforma digital. Esto sugiere un uso intensivo y frecuente de las plataformas digitales, relacionado con la búsqueda de información o decisiones constantes sobre viajes o alojamientos. En contraste, un **1.0%** inicia sesión **semanal y diariamente**, lo que indica hábitos mixtos o variables en cuanto al uso de las plataformas. Este gráfico resalta que un uso diario es predominante, reflejando una fuerte dependencia de las plataformas digitales en las decisiones relacionadas con viajes y alojamientos sostenibles.

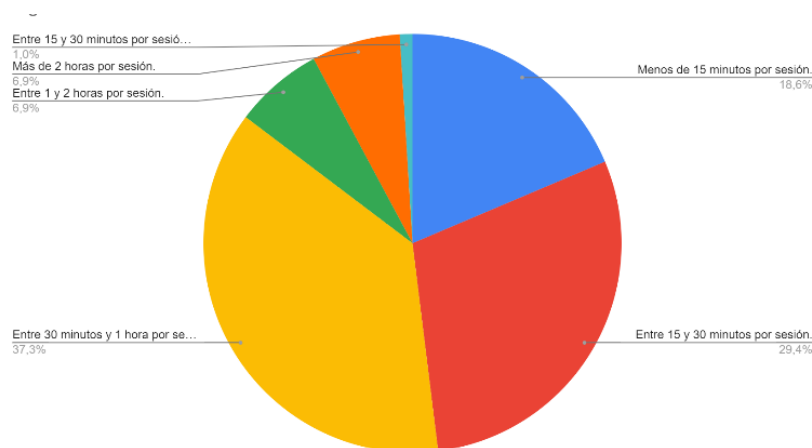
Tabla 8

Análisis de la pregunta: ¿Cuánto tiempo pasas, en promedio, en cada sesión en una plataforma digital?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Entre 1 y 2 horas por sesión	7	6.9%
Entre 15 y 30 minutos por sesión	30	29.4%
Entre 15 y 30 minutos por sesión, Entre 1 y 2 horas por sesión;	1	1%
Entre 30 minutos y 1 hora por sesión	38	37.3%
Menos de 15 minutos por sesión;	19	18.6%
Más de 2 horas por sesión	7	6.9%

Figura 4

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Cuánto tiempo pasas, en promedio, en cada sesión en una plataforma digital?



La mayor parte de los encuestados, un **37.3%**, pasa **entre 30 minutos y 1 hora por sesión** en una plataforma digital. Esto sugiere un uso moderado y sostenido de las plataformas, lo que podría ser suficiente para investigar opciones de alojamiento, leer reseñas o realizar comparaciones antes de tomar una decisión. Un **18.6%** pasa **menos de 15 minutos por sesión**, lo que podría sugerir que estos usuarios están bien familiarizados con el funcionamiento de las plataformas, buscando información concreta en el menor tiempo posible, o que solo realizan búsquedas rápidas.

Tabla 9

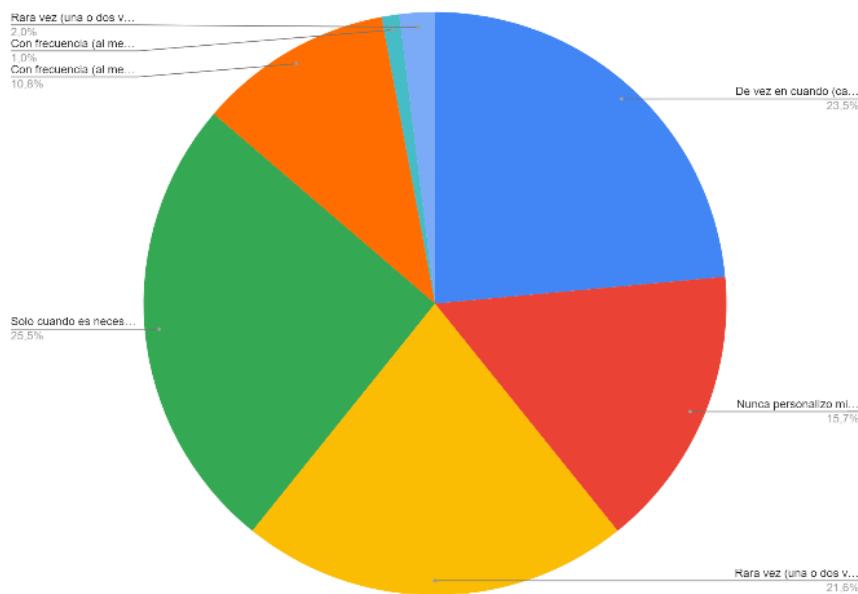
Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia personalizas tu perfil en una plataforma digital?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Con frecuencia (al menos una vez al mes).	11	10.8%
Con frecuencia (al menos una vez al mes).;De vez en cuando (cada pocos meses).	1	1.0%
De vez en cuando (cada pocos meses).	24	23.5%
Nunca personalizo mi perfil.	16	15.7%
Rara vez (una o dos veces al año).	22	21.6%
Rara vez (una o dos veces al año);Solo cuando es necesario (por ejemplo, para actualizar información).	2	2.0%

Solo cuando es necesario (por ejemplo, para actualizar información).	26	25.5%
--	----	-------

Figura 5

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia personalizas tu perfil en una plataforma digital?



Un **25.5%** de los encuestados indicó que **solo personaliza su perfil cuando es necesario**, como para actualizar información. Esto sugiere que muchos usuarios no sienten la necesidad de hacer cambios frecuentes en sus perfiles, solo ajustando detalles cuando la situación lo requiere, como actualizar datos personales o preferencias de viaje. El **10.8%** de los encuestados señaló que personaliza su perfil **con frecuencia (al menos una vez al mes)**, lo que demuestra un alto nivel de interacción y control sobre su perfil, probablemente para optimizar su experiencia en las plataformas o asegurarse de que su información esté siempre actualizada. Este gráfico muestra que la mayoría de los usuarios solo personalizan sus perfiles cuando es necesario o de manera ocasional, lo que indica que la personalización no es una prioridad constante en la experiencia del usuario con las plataformas digitales.

Tabla 10

Análisis de la pregunta: ¿En qué momento del día sueles iniciar sesión en una plataforma digital?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
A lo largo del día en diferentes momentos.	23	22.5%
A lo largo del día en diferentes momentos.;No tengo un horario fijo.	2	2%
Al mediodía (12:00 p.m. - 3:00 p.m.).	9	8.8%
Al mediodía (12:00 p.m. - 3:00 p.m.);No tengo un horario fijo.	1	1%
Al mediodía (12:00 p.m. - 3:00 p.m.);Por la tarde (3:00 p.m. - 6:00 p.m.).	1	1%
No tengo un horario fijo.	21	20.6%
Por la mañana (6:00 a.m. - 12:00 p.m.).	5	4.9%
Por la mañana (6:00 a.m. - 12:00 p.m.);A lo largo del día en diferentes momentos.	1	1%
Por la mañana (6:00 a.m. - 12:00 p.m.);Al mediodía (12:00 p.m. - 3:00 p.m.);Por la noche (6:00 p.m. - 9:00 p.m.).	1	1%
Por la mañana (6:00 a.m. - 12:00 p.m.);Por la tarde (3:00 p.m. - 6:00 p.m.); Por la noche (6:00 p.m. - 9:00 p.m.).	1	1%
Por la mañana (6:00 a.m. - 12:00 p.m.);Por la tarde (3:00 p.m. - 6:00 p.m.); Tarde en la noche (9:00 p.m. en adelante).	1	1%
Por la noche (6:00 p.m. - 9:00 p.m.).	14	13.7%
Por la noche (6:00 p.m. - 9:00 p.m.);Tarde en la noche (9:00 p.m. en adelante).	2	2.0%
Por la tarde (3:00 p.m. - 6:00 p.m.).	11	10.8%
Por la tarde (3:00 p.m. - 6:00 p.m.);A lo largo del día en diferentes momentos.;No tengo un horario fijo.	1	1%
Por la tarde (3:00 p.m. - 6:00 p.m.) ;Por la noche (6:00 p.m. - 9:00 p.m.).	1	1%

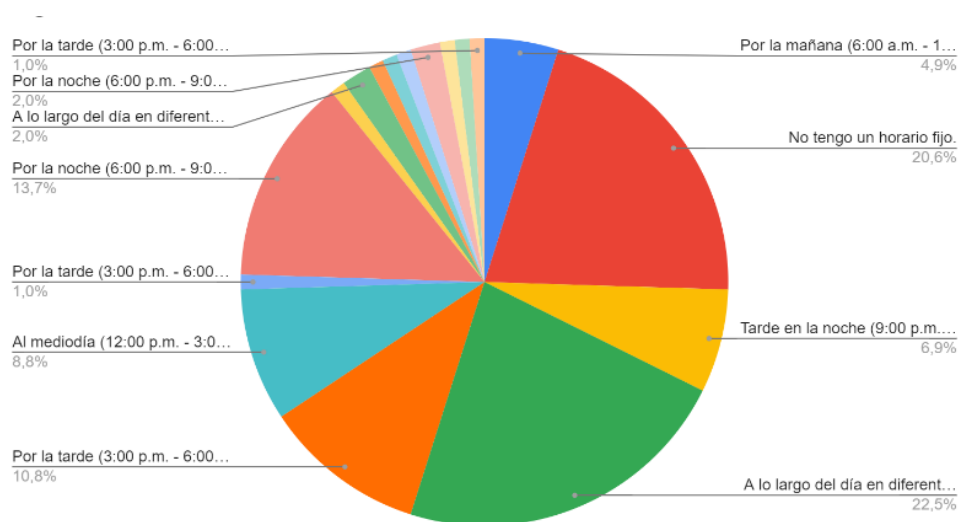
Tarde en la noche (9:00 p.m. en adelante).

7

6.9%

Figura 6

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿En qué momento del día sueles iniciar sesión en una plataforma digital?



Un **22.5%** de los encuestados señaló que inicia sesión **a lo largo del día en diferentes momentos**, lo que sugiere un uso flexible de las plataformas digitales, posiblemente accediendo en distintos momentos según su conveniencia o necesidad. Además, algunos encuestados combinaron diferentes franjas horarias: Un **2.0%** accede **a lo largo del día en diferentes momentos o no tiene un horario fijo**, mientras que otro **2.0%** accede **por la noche (6:00 p.m. - 9:00 p.m.) y tarde en la noche (9:00 p.m. en adelante)**. Otros encuestados reportaron patrones mixtos, como **entre el mediodía y la tarde (1.0%)**, o **por la mañana, tarde y noche (1.0%)**.

Tabla 11

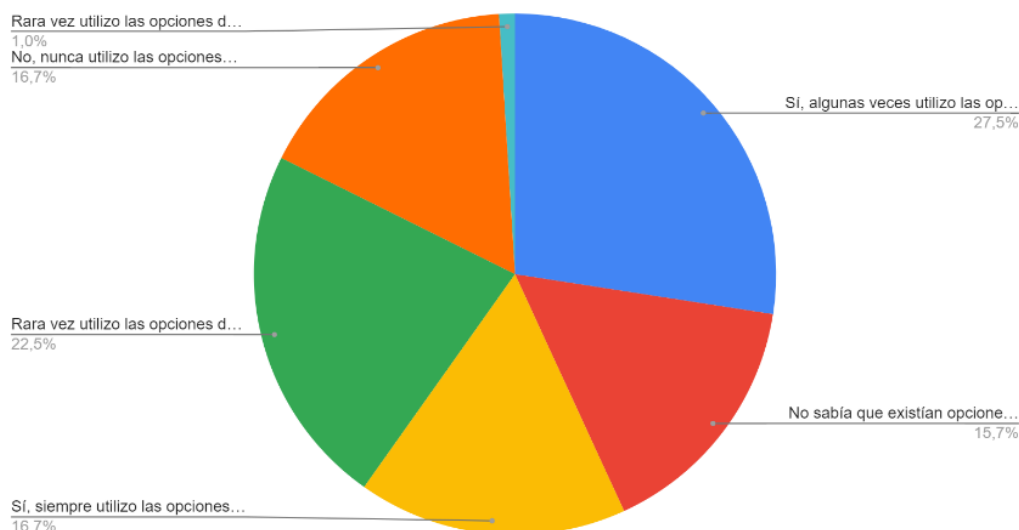
Análisis de la pregunta: ¿Utilizas las opciones de personalización disponibles en alguna plataforma para adaptar la experiencia según tus preferencias?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
No sabía que existían opciones de personalización.	16	15.7%
No, nunca utilizo las opciones de personalización.	17	16.7%

Rara vez utilizo las opciones de personalización.	23	22.5%
Rara vez utilizo las opciones de personalización.;No, nunca utilizo las opciones de personalización.	1	1%
Sí, algunas veces utilizo las opciones de personalización.	28	27.5%
Sí, siempre utilizo las opciones de personalización.	17	16.7%

Figura 7

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Utilizas las opciones de personalización disponibles en alguna plataforma para adaptar la experiencia según tus preferencias?



El **27.5%** de los encuestados indicó que **algunas veces utiliza las opciones de personalización**, lo que sugiere que un grupo significativo de usuarios ve valor en adaptar la plataforma a sus preferencias personales, pero no lo hacen de manera constante. Este gráfico muestra que la mayoría de los usuarios utilizan las opciones de personalización, al menos ocasionalmente, pero también destaca que una proporción considerable de usuarios rara vez o nunca utiliza estas herramientas, lo que podría estar vinculado a una falta de conocimiento o interés en optimizar su experiencia en plataformas digitales.

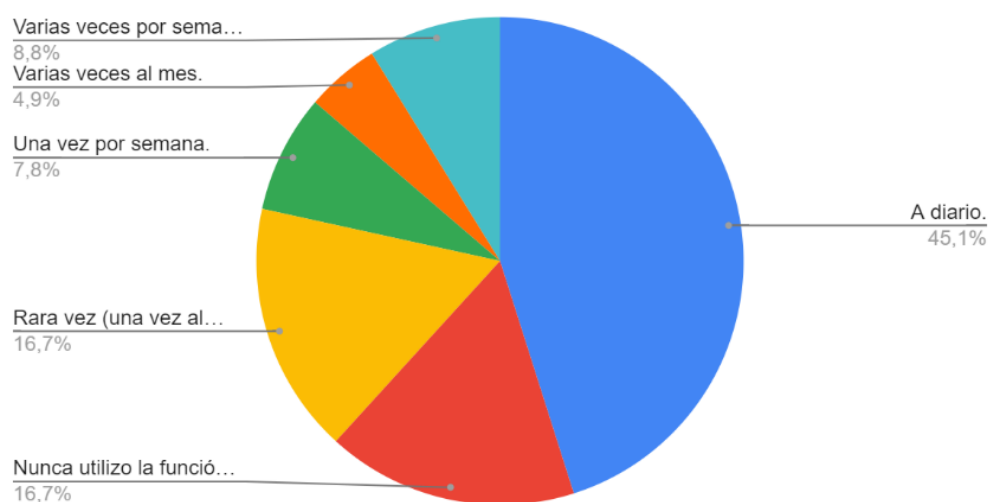
Tabla 12

Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas la función de mensajería instantánea?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
A diario.	46	45.1%
Nunca utilizo la función de mensajería instantánea.	17	16.7%
Rara vez (una vez al mes o menos).	17	16.7%
Una vez por semana.	8	7.8%
Varias veces al mes.	5	4.9%
Varias veces por semana.	9	8.8%

Figura 8

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia utilizas la función de mensajería instantánea?



La mayoría de los encuestados, un **45.1%**, indicó que utiliza la **mensajería instantánea a diario**, lo que refleja un uso constante y habitual de esta función en las plataformas digitales. Esto sugiere que muchos usuarios dependen de la mensajería instantánea para la comunicación rápida y eficiente, posiblemente para consultas directas con proveedores de alojamiento o para coordinar detalles relacionados con viajes

sostenibles. Este gráfico muestra que la mensajería instantánea es una función importante para la mayoría de los usuarios, especialmente aquellos que interactúan con las plataformas digitales a diario, lo que refuerza su papel en la comunicación eficiente durante la planificación y reserva de alojamientos sostenibles. Sin embargo, una proporción notable de usuarios raramente o nunca la utiliza, lo que sugiere variabilidad en la preferencia por esta herramienta.

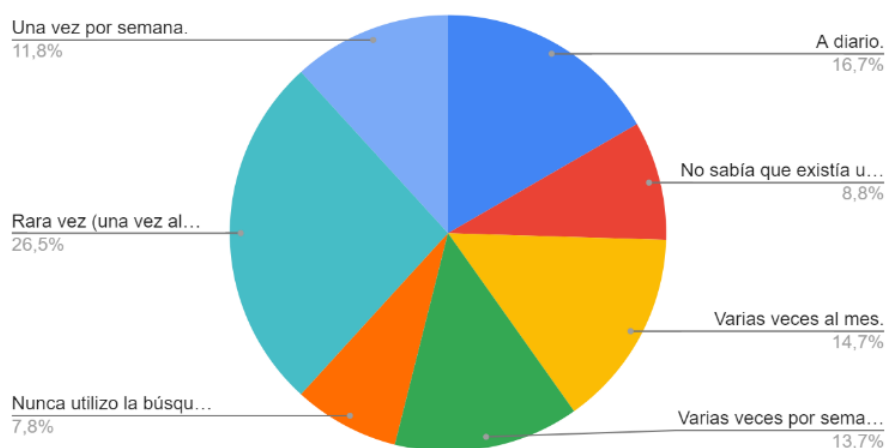
Tabla 13

Análisis de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la función de búsqueda avanzada?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
A diario.	17	16.7%
No sabía que existía una función de búsqueda avanzada.	9	8.8%
Nunca utilizo la búsqueda avanzada.	8	7.8%
Rara vez (una vez al mes o menos).	27	26.5%
Una vez por semana	12	11.8%
Varias veces al mes.	15	14.7%
Varias veces por semana.	14	13.7%

Figura 9

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Con qué frecuencia accedes a la función de búsqueda avanzada?



El grupo más grande, un **26.5%**, indicó que accede a la búsqueda avanzada **rara vez (una vez al mes o menos)**, lo que sugiere que muchos usuarios solo utilizan esta herramienta en ocasiones puntuales, probablemente cuando requieren un filtrado más detallado o específico de opciones de alojamiento. Este gráfico refleja que, aunque muchos usuarios acceden a la función de búsqueda avanzada con regularidad, una parte importante lo hace raramente o no tiene conocimiento de su existencia, lo que podría indicar la necesidad de una mayor promoción o educación sobre las ventajas de esta herramienta en plataformas digitales, especialmente en la búsqueda de alojamientos sostenibles.

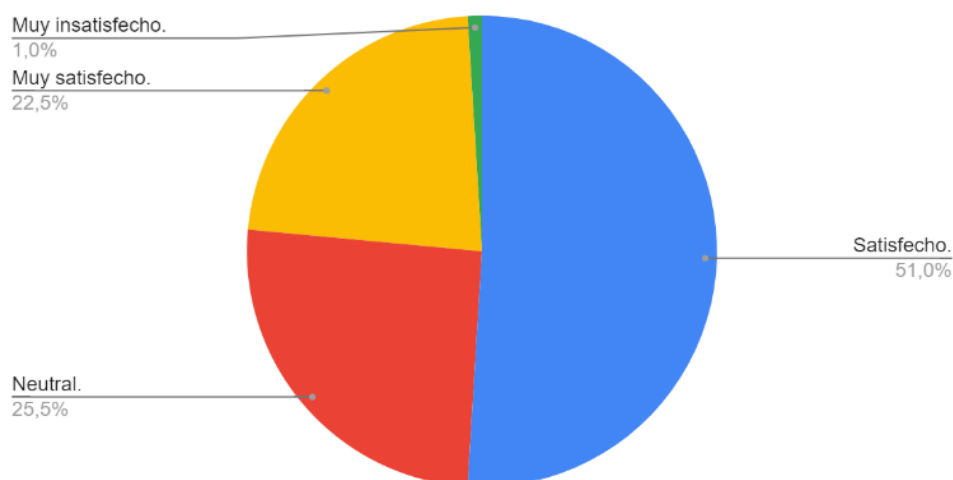
Tabla 14

Análisis de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la facilidad de uso en una plataforma digital?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Muy insatisfecho.	1	1.0%
Muy satisfecho.	23	22.5%
Neutral.	26	25.5%
Satisfecho,	52	51.0%

Figura 10

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la facilidad de uso en una plataforma digital?



La mayoría de los encuestados, un **51.0%**, afirmó sentirse **satisfecho** con la facilidad de uso de las plataformas digitales. Esto sugiere que más de la mitad de los usuarios considera que estas plataformas son intuitivas y fáciles de navegar, lo que facilita su experiencia, especialmente en la búsqueda y elección de alojamientos sostenibles. Este gráfico muestra que, en general, la mayoría de los usuarios considera que las plataformas digitales son fáciles de usar, con una pequeña proporción que enfrenta problemas significativos. La satisfacción con la usabilidad es un factor clave en la retención de usuarios y en su capacidad para realizar búsquedas y reservas, lo que podría impactar positivamente en la elección de alojamientos sostenibles.

Tabla 15

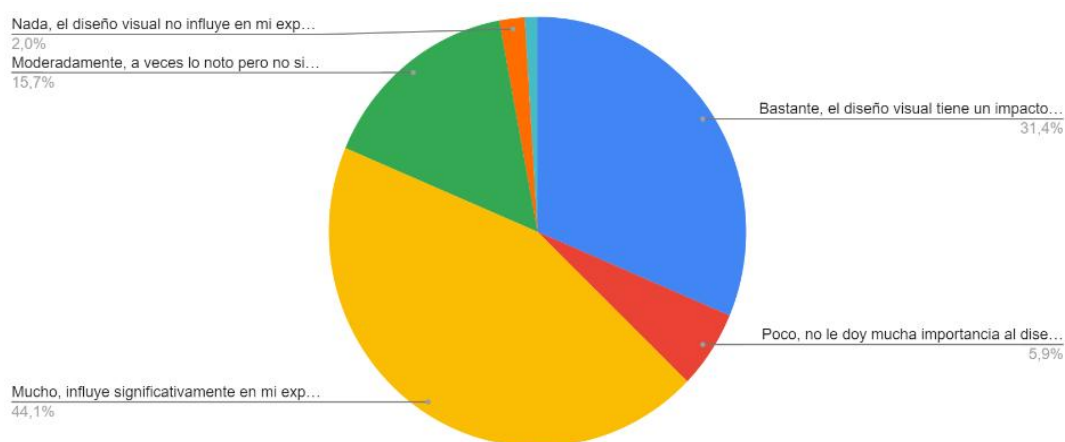
Análisis de la pregunta: ¿Qué tanto influye el diseño visual de una plataforma digital?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Bastante, el diseño visual tiene un impacto importante.	32	31.4%
Moderadamente, a veces lo noto pero no siempre.	16	15.7%
Mucho, influye significativamente en mi experiencia.	45	44.1%

Mucho, influye significativamente en mi experiencia.;Bastante, el diseño visual tiene un impacto importante.	1	1%
Nada, el diseño visual no influye en mi experiencia.	2	2%
Poco, no le doy mucha importancia al diseño visual.	6	5.9%

Figura 11

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Qué tanto influye el diseño visual de una plataforma digital?



La mayoría de los encuestados, un **44.1%**, afirmó que el diseño visual **influye significativamente** en su experiencia. Esto sugiere que un diseño atractivo y bien estructurado de las plataformas digitales es crucial para la mayoría de los usuarios, influyendo en su percepción y en la manera en que interactúan con la plataforma. Este gráfico resalta que una gran mayoría de los usuarios considera el diseño visual como un factor clave que influye en su experiencia en plataformas digitales. Esto indica que un diseño bien cuidado y atractivo podría no solo mejorar la usabilidad, sino también motivar a los usuarios a interactuar más con las funciones de la plataforma, lo cual es importante en la búsqueda de alojamientos sostenibles.

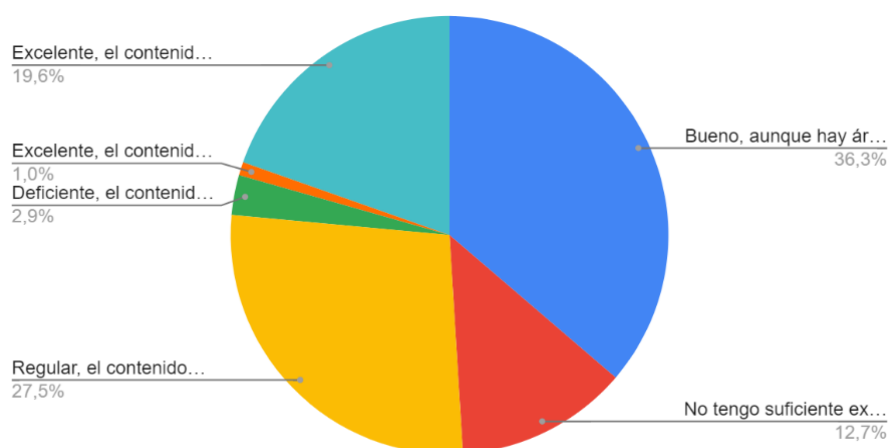
Tabla 16

Análisis de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la calidad del contenido que proporcionan algunas de las plataformas digitales sobre hospedajes sostenibles?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Bueno, aunque hay áreas que podrían mejorar.	37	36.3%
Deficiente, el contenido es poco relevante o desactualizado.	3	2.9%
Excelente, el contenido es muy informativo y útil.	20	19.6%
Excelente, el contenido es muy informativo y útil.;Regular, el contenido es útil pero no siempre completo.	1	1.0%
No tengo suficiente experiencia para opinar.	13	12.7%
Regular, el contenido es útil pero no siempre completo.	28	27.5%

Figura 12

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Qué tan satisfecho estás con la calidad del contenido que proporcionan algunas de las plataformas digitales sobre hospedajes sostenibles?



Un **36.3%** de los encuestados considera que la calidad del contenido es **buena**, aunque mencionan que **hay áreas que podrían mejorar**. Esto sugiere que, si bien el contenido proporcionado es en general útil y relevante, los usuarios ven oportunidades de mejora, quizás en términos de actualización o mayor profundidad sobre temas de sostenibilidad. Este gráfico destaca que, si bien la mayoría de los usuarios encuentra el

contenido útil o excelente, hay margen de mejora en la completitud y actualización de la información proporcionada por las plataformas digitales sobre hospedajes sostenibles. Esto puede ser crucial para asegurar que los usuarios tengan acceso a información confiable y detallada, lo que podría influir positivamente en su decisión de optar por alojamientos sostenibles.

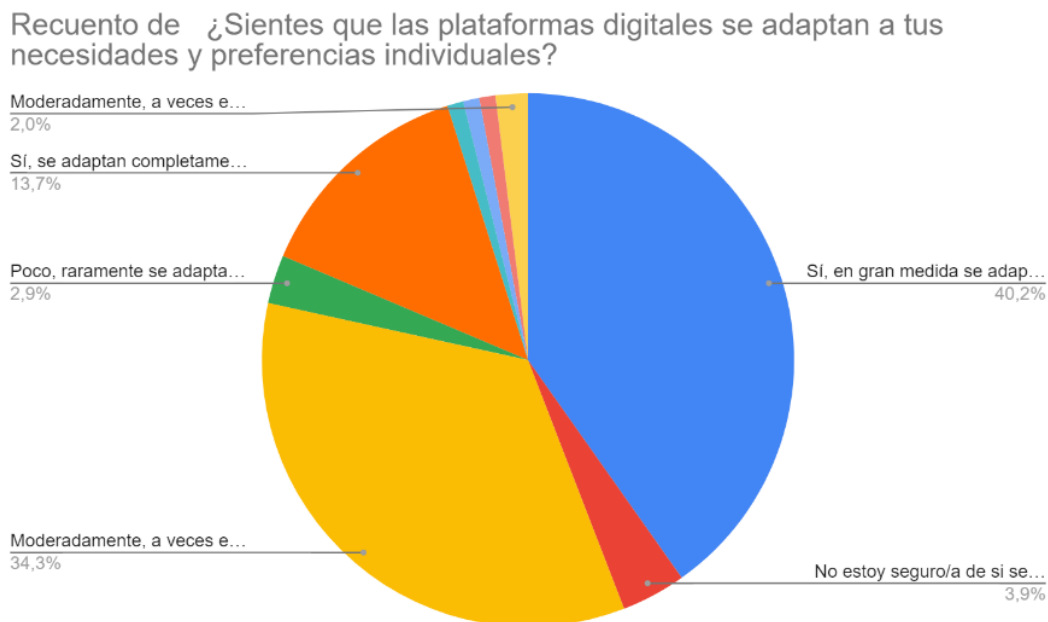
Tabla 17

Análisis de la pregunta: ¿Sientes que las plataformas digitales se adaptan a tus necesidades y preferencias individuales?

Frecuencia	Cantidad	Total en %
Moderadamente, a veces encuentro que se ajustan a mis necesidades.	35	34.3%
Moderadamente, a veces encuentro que se ajustan a mis necesidades.; Poco, raramente se adaptan a mis preferencias.	2	2.0%
No estoy seguro/a de si se adaptan a mis necesidades.	4	3.9%
No, no se adaptan en absoluto a mis necesidades.	1	1.0%
Poco, raramente se adaptan a mis preferencias.	3	2.9%
Sí, en gran medida se adaptan a mis preferencias.	41	40.2%
Sí, en gran medida se adaptan a mis preferencias.;Moderadamente, a veces encuentro que se ajustan a mis necesidades.	1	1.0%
Sí, se adaptan completamente a mis necesidades.	14	13.7%
Sí, se adaptan completamente a mis necesidades.;Sí, en gran medida se adaptan a mis preferencias.	1	1%

Figura 13

Representación gráfica de los resultados de la pregunta: ¿Sientes que las plataformas digitales se adaptan a tus necesidades y preferencias individuales?



La mayoría, un **40.2%**, afirmó que las plataformas digitales **en gran medida se adaptan a sus preferencias**, lo que sugiere que estos usuarios sienten que las plataformas personalizan de manera efectiva sus experiencias de uso, ayudándoles a encontrar opciones de alojamiento alineadas con sus preferencias individuales, incluidas opciones sostenibles. Este gráfico sugiere que, aunque una mayoría significativa siente que las plataformas digitales logran adaptarse a sus necesidades, todavía hay áreas de mejora para asegurar una mayor personalización, lo que podría ser clave para optimizar la experiencia en la búsqueda de alojamientos sostenibles.

CAPÍTULO III: ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

La estimación de costos para implementar un filtro de búsqueda de hospedajes sostenibles en una web de buscadores de hoteles puede variar según varios factores, como la complejidad del sistema, la tecnología utilizada y la ubicación del equipo de desarrollo. A continuación, se presenta un desglose aproximado de los costos involucrados:

3.1. Desarrollo Técnico

- **Diseño y Desarrollo de Software:**
 - **Costo estimado: \$10,000 a \$50,000.**
 - **Descripción:** Esto incluye la creación del filtro, la integración con la base de datos existente y el diseño de una interfaz de usuario amigable.
- **Integración de Base de Datos**
 - **Costo estimado: \$3,000 a \$15,000.**
 - **Descripción:** Si se necesita una base de datos específica para almacenar información sobre los hoteles sostenibles.

3.2. Investigación y Validación

- **Investigación de Mercado:**
 - **Costo estimado: \$2,000 a \$5,000.**
 - **Descripción:** Realización de encuestas y grupos de enfoque para entender las preferencias de los usuarios.
- **Verificación de Certificaciones:**
 - **Costo estimado: \$3,000 a \$10,000.**
 - **Descripción:** Establecimiento de un sistema para verificar las certificaciones de sostenibilidad de los hoteles.

3.3. Marketing y Promoción

- **Campañas de Marketing:**
 - **Costo estimado: \$3,000 a \$20,000.**
 - **Descripción:** Lanzar campañas promocionales para dar a conocer el nuevo filtro.

- **Contenido Educativo:**
 - **Costo estimado:** \$1,000 a \$5,000.
 - **Descripción:** Creación de contenido que informe a los usuarios sobre la importancia de elegir hospedajes sostenibles.

3.4. Mantenimiento y Soporte

- **Mantenimiento del Sistema:**
 - **Costo estimado:** \$1,000 a \$5,000 mensuales.
 - **Descripción:** Costos asociados al mantenimiento y actualización del sistema post-lanzamiento.

3.5. Capacitación y Recursos Humanos

- **Capacitación del Personal:**
 - **Costo estimado:** \$500 a \$2,000.
 - **Descripción:** Capacitación del personal sobre cómo gestionar y promocionar el nuevo filtro.

3.6 Estimación Total

En resumen, el costo total para implementar un filtro de búsqueda de hospedajes sostenibles podría oscilar entre **\$25,000 y \$100,000** o más, dependiendo de la complejidad del proyecto y los recursos necesarios.

3.7 Consideraciones Finales

- **Retorno de Inversión (ROI):** Considerar el potencial aumento en la captación de clientes interesados en turismo sostenible puede justificar la inversión inicial.
- **Colaboraciones:** Explorar asociaciones con organizaciones de sostenibilidad para reducir costos y acceder a recursos valiosos.

Es recomendable realizar un análisis más detallado y obtener cotizaciones específicas de proveedores de servicios para tener una estimación más precisa y adaptada a las necesidades de la plataforma.

Tabla 18

Estimación del costo del proyecto

Categoría	Descripción	Costo Estimado
Desarrollo Técnico	Diseño y desarrollo del filtro y la interfaz de usuario.	\$10,000
	Integración de base de datos específica para hoteles sostenibles.	\$3,000
Investigación y Validación	Investigación de mercado y encuestas para entender preferencias de usuarios.	\$2,000
	Verificación de certificaciones de sostenibilidad de hoteles.	\$3,000
Marketing y Promoción	Campañas promocionales para dar a conocer el nuevo filtro.	\$3,000
	Creación de contenido educativo sobre sostenibilidad.	\$1,000
Mantenimiento y Soporte	Costos mensuales de mantenimiento y actualización del sistema.	\$1,000 por mes
Capacitación y Recursos Humanos	Capacitación del personal sobre gestión del nuevo filtro.	\$500
Estimación Total	Costo Total para la Implementación	\$25,000

CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE MEJORA

La Propuesta de Mejora será la implementación de un Filtro de Buscador de Hoteles Sostenibles en Plataformas de Reserva Online.

4.1 Objetivo

Desarrollar e implementar un filtro de búsqueda que permita a los usuarios encontrar hoteles que cumplan con criterios de sostenibilidad, promoviendo así el turismo responsable y consciente del medio ambiente.

4.2 Justificación

La creciente preocupación por el cambio climático y la sostenibilidad ha llevado a un aumento en la demanda de opciones de alojamiento que minimicen el impacto ambiental. Implementar un filtro de hoteles sostenibles no solo mejorará la experiencia del usuario, sino que también posicionará a la plataforma como líder en responsabilidad social y ambiental.

4.3 Descripción del Filtro

4.3.1 Criterios de Sostenibilidad: Los criterios de sostenibilidad son normas y prácticas que se emplean para medir el impacto ambiental, social y económico de una actividad, producto o servicio. En el ámbito de la industria hotelera, estos criterios facilitan la identificación y promoción de opciones de alojamiento que reducen su huella ecológica y favorecen el bienestar de las comunidades locales.

4.3.1.1 Certificaciones Ecológicas: Incluir hoteles que cuenten con certificaciones reconocidas, como Green Key, EarthCheck, o LEED.

4.3.1.2 Prácticas de Gestión de Recursos: Filtrar por hoteles que implementen prácticas de ahorro de energía, agua y gestión de residuos.

4.3.1.3 Uso de Productos Locales: Priorizar hoteles que utilicen productos locales en sus servicios, como alimentos en restaurantes.

4.3.1.4 Iniciativas Sociales: Incluir hoteles que participen en programas de apoyo a comunidades locales o que promuevan la inclusión social.

4.3.1.5 Transporte Sostenible: Considerar hoteles que ofrezcan opciones de transporte sostenible, como bicicletas o vehículos eléctricos.

4.3.2 Interfaz de Usuario: La interfaz de usuario (UI) es un elemento esencial en cualquier plataforma digital, como un buscador de hoteles en línea, ya que representa el punto de contacto entre el usuario y el sistema. Una interfaz de usuario efectiva debe ser intuitiva, visualmente atractiva y funcional, facilitando así que los usuarios puedan navegar y localizar la información que requieren de forma eficiente.

4.3.2.1 Botón de Filtro: Agregar un botón de "Hoteles Sostenibles" en la página principal del buscador.

4.3.2.2 Opciones de Filtrado: Permitir a los usuarios seleccionar múltiples criterios de sostenibilidad para personalizar su búsqueda.

4.3.2.3 Etiquetas Visuales: Mostrar etiquetas o iconos en las listas de hoteles que indiquen las características sostenibles del hotel.

4.4. Base de Datos

- **Colaboración con Organizaciones:** Establecer alianzas con organizaciones que certifiquen prácticas sostenibles para obtener una base de datos confiable.
- **Autoevaluación de Hoteles:** Permitir que los hoteles se registren y autoevalúen sus prácticas sostenibles, que luego serán verificadas por un equipo de auditoría.

4.5 Educación y Sensibilización

- **Contenido Informativo:** Crear secciones dentro de la plataforma que informen a los usuarios sobre la importancia del turismo sostenible y las prácticas que los hoteles están implementando.
- **Testimonios y Reseñas:** Fomentar que los usuarios dejen reseñas sobre su experiencia en hoteles sostenibles, destacando prácticas que les hayan impresionado.

4.6 Promociones y Recompensas

- **Descuentos y Ofertas:** Ofrecer descuentos o promociones especiales para reservas en hoteles sostenibles, incentivando a los usuarios a elegir estas opciones.
- **Programa de Recompensas:** Implementar un programa de puntos que recompense a los usuarios por elegir hoteles sostenibles, que puedan canjearse por futuras reservas.

4.7 Fase de Investigación

Realizar encuestas y grupos de enfoque para entender las preferencias de los usuarios sobre el turismo sostenible. Investigar las certificaciones y estándares más relevantes en el sector hotelero.

4.8 Desarrollo Técnico

Actualizar la plataforma de búsqueda para incluir el nuevo filtro y las funcionalidades propuestas. Hay que asegurar que la interfaz sea intuitiva y fácil de usar.

4.9 Pruebas y Ajustes

- Realizar pruebas beta con un grupo selecto de usuarios para obtener retroalimentación.
- Ajustar la funcionalidad del filtro según los comentarios recibidos.

4.10 Lanzamiento y Marketing

- Lanzar oficialmente el filtro con una campaña de marketing que resalte la importancia del turismo sostenible.
- Utilizar redes sociales, blogs, y colaboraciones con influencers en sostenibilidad para promover el nuevo filtro.

4.11 Evaluación y Seguimiento

- Establecer métricas para evaluar el uso del filtro, como el número de reservas realizadas en hoteles sostenibles y la satisfacción del cliente.
- Realizar encuestas periódicas para recoger opiniones sobre la funcionalidad del filtro y su impacto en la experiencia del usuario.

4.12. Conclusión

La implementación de un filtro de buscador de hoteles sostenibles no solo atenderá a una creciente demanda del mercado, sino que también contribuirá a la promoción de prácticas responsables en la industria del turismo. Esta propuesta busca no solo mejorar la experiencia del usuario, sino también fomentar un cambio positivo en la forma en que se viaja y se eligen los alojamientos.

Incluso, esta herramienta representa una oportunidad para sensibilizar a los viajeros sobre la importancia de elegir opciones que minimicen el impacto ambiental y promuevan un desarrollo económico más justo y equilibrado. Al facilitar la identificación de hospedajes comprometidos con la sostenibilidad, no solo se incentiva un consumo más consciente, sino que también se impulsa a los operadores turísticos a adoptar estándares más altos de responsabilidad ambiental y social.

Hoy en día, un mercado global donde la sostenibilidad se convierte en un factor competitivo clave, la integración de filtros especializados en las plataformas digitales no solo responde a una necesidad práctica, sino que también establece un precedente para otras industrias que buscan incorporar principios éticos en sus operaciones. Este enfoque, que combina innovación tecnológica y compromiso con el medio ambiente, tiene el potencial de redefinir las dinámicas del turismo, transformándolo en un motor de cambio positivo tanto para las comunidades locales como para el entorno global.

Asimismo, la implementación de estas iniciativas resalta el papel crucial que tienen las plataformas digitales en la construcción de una sociedad más consciente. Al conectar a los consumidores con opciones sostenibles de manera accesible y transparente, estas plataformas no solo facilitan la toma de decisiones informadas, sino que también refuerzan su posición como agentes de transformación hacia un futuro más responsable y equilibrado.

CAPÍTULO V: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BBVA. (28 de Julio de 2024). *¿Cómo es un hotel sostenible? El compromiso de un alojamiento.*
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-es-un-hotel-sostenible/>.
- Berg, J., Furrer, M., Harmon, E., Rani, U., Silberman, M. (2019). *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo. Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital.* Organización Internacional del Trabajo.
https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_684183.pdf
- Camino Real Hoteles. (s.f). *Los mejores hoteles de travellers' choice 2023 de tripadvisor,*
<https://www.caminoreal.com/blog/post/mejores-hoteles-de-travellers-choice-2023-tripadvisor>
- Chavez, J. (Marzo, 2024). *Hotel ecológico: Qué es y qué características tiene.* Ceupe.
<https://www.ceupe.com/blog/hotel-ecologico.html>
- Cityflow. (6 de Noviembre de 2023). *Estrategias de Sostenibilidad en Hoteles: Cómo Contribuir al Turismo Responsable.*
<https://www.cityflow.app/content/estrategias-de-sostenibilidad-en-hoteles-como-contribuir-al-turismo-responsable>
- Climate Trade. (18 de Mayo de 2023). *5 Estrategias Efectivas para Hoteles Sostenibles. Atrae a Viajeros Eco-Conscientes y Promueve el Turismo Responsable.*
<https://climatetrade.com/es/5-estrategias-efectivas-para-hoteles-sostenibles-atrae-a-viajeros-eco-conscientes-y-promueve-el-turismo-responsable-2/>
- Cloudbeds. (28 de Enero de 2023). *12 maneras de impulsar tu estrategia de marketing en redes sociales.* <https://www.cloudbeds.com/es/articulos/hashtags-de-viaje-y-herramientas-de-marketing-de-hoteleria/>
- Compromiso RSE. (26 de Marzo de 2024). *Alojarse en hoteles comprometidos con el medio ambiente ya es posible.*
<https://www.compromisorse.com/rse/2014/03/26/alojarse-en-hoteles-comprometidos-con-el-medio-ambiente-ya-es-posible/>
- Faura, S. (Julio, 2023). *Sostenibilidad en hoteles: así se adaptan los alojamientos y las OTAS a las nuevas demandas.* TecnoHotel.
<https://tecnohotelnews.com/2023/07/sostenibilidad-en-hoteles-medidas/>
- Gonzalez, R. (Mayo de 2021). *La hotelería y su compromiso con el medio ambiente.* Universidad de Nacional, Autónoma de Huanta.

- <https://www.aldia.unah.edu.pe/el-hoteleria-y-su-compromiso-con-el-medio-ambiente/>
- Hosteltur. (18 de Agosto de 2021). *Cinco pasos para implementar una estrategia de sostenibilidad en el hotel.*
https://www.hosteltur.com/146687_cinco-pasos-para-implementar-una-estrategia-de-sostenibilidad-en-el-hotel.html
- Identify (17 de mayo de 2023). *¿Cómo ser un hotel más sostenible?*
<https://www.identifytravel.app/blog-viajes/como-ser-hotel-sostenible>
- Instituto Tecnológico Hotelero. (2024). *Modelo de Sostenibilidad Hotelera: Recomendaciones para mejorar la sostenibilidad en el sector hotelero.*
https://www.ithotelero.com/wp-content/uploads/2017/01/Modelo-de-Sostenibilidad-Hotelera_ITH.pdf
- Les Roches. (s.f). *Definición de Hotel para alumnos de turismo y hospitality.*
<https://lesroches.edu/es/diccionario-de-hoteleria-turismo/hotel/#:~:text=La%20palabra%20hotel%20tiene%20su,como%20la%20%E2%80%9Cindustria%20hotelera%E2%80%9D.>
- Lucena, P. (Febrero, 2024). *¿Qué es la tecnología de la información? | 2024.* Cesuma 2024, <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-la-tecnologia-de-la-informacion.html>.
- Mottura, L. (s.f). *Reduce los costes en el abastecimiento de tu hotel.* Hotevia.
<https://hotevia.info/reduce-los-costes-en-el-abastecimiento-de-tu-hotel-por-luigi-mottura/>
- Ochoa, M. (Febrero de 2023). *El futuro de la hostelería es sostenible: 8 aportaciones para lograrla.* Abasturmedia.
<https://www.abasturhub.com/nota/hoteles/hoteleria-sostenible->
- Plaza, A. (Noviembre, 2015). *Redes Sociales para Hoteles: ideas, ejemplos y retos.* MuéveteON. <https://www.mueveteon.com/redes-sociales-hoteles/>.
- Ridge, B. V. (Febrero 2024). *La Importancia del Marketing Ecológico: Estrategias Sustentables para un Mundo en Cambio.* MEDIUM Multimedia Agencia de Marketing Digital.
<https://www.mediummultimedia.com/marketing/cual-es-la-importancia-del-marketing-ecologico/> Accessed 28 February 2024.
- Rootstack. (4 de Mayo de 2022). *Soluciones digitales para el sector hotelero que potenciarán su negocio.*
<https://rootstack.com/es/blog/soluciones-digitales-para-el-sector-hotelero-que-potenciaran-su-negocio.> Accessed 29 February 2024.
- Stay Unique. (22 de Noviembre de 2023). *World Travel Awards: ¿Qué son y qué significa recibir cada año la nominación a estos premios?*

<https://www.stay-u-nique.com/es/blog/world-travel-awards-que-son-y-que-significa-recibir-cada-ano-la-nominacion-a-estos-premios/>

Valenzuela, M. (2017). La sostenibilidad ambiental del sector hotelero español. Una contribución al turismo sostenible entre el interés empresarial y el compromiso ambiental. *Arbor*, 193 (785).

<http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3009>

CAPÍTULO VI:

Anexo I

6.1. Informe Turnitin

GRADOS TITULOS

NRC 4086 ULFE-JUAN MIYAHIRA-NAMIE.docx

My Files
My Files
Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::30163:467769010

Fecha de entrega

17 jun 2025, 9:17 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

17 jun 2025, 9:21 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

NRC 4086 ULFE-JUAN MIYAHIRA-NAMIE.docx

Tamaño de archivo

3.2 MB

86 Páginas

19.666 Palabras

121.225 Caracteres

14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

- 6% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Carlos Antonio Sam Anlas (Asesor)



Namie Jimena Miyahira Alva (Autor)



Juan Manuel Ulfe Lopez (Autor)

Anexo II

6.2. Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de investigación:

Título del Trabajo de Investigación o Tesis:

Uso de plataformas digitales y su influencia para elección de hospedajes sostenibles, 2024.

Integrantes:

Ulfe Lopez, Juan Manuel
Miyahira Alva, Namie Jimena

Asesor:

Sam Anlas, Carlos Antonio

Impacto de la investigación

Este estudio resalta el impacto económico de las plataformas digitales al incentivar a los consumidores a elegir alojamientos sostenibles, lo que podría aumentar los ingresos de estas empresas y mejorar su competitividad en el mercado. Además, al evidenciar las ventajas económicas del marketing digital y las prácticas sostenibles, la investigación podría motivar a más hoteles a invertir en infraestructura responsable con el medio ambiente. Asimismo, promueve la implementación de prácticas sostenibles que contribuyen a reducir el consumo de recursos naturales, minimizar la generación de desechos y fomentar el uso eficiente de elementos como agua y energía. Los resultados del estudio podrían impulsar el uso de tecnologías limpias y energías renovables, reduciendo la contaminación a nivel local y global. En definitiva, esta investigación tiene el potencial de transformar el sector hotelero, disminuyendo su huella ecológica y fomentando una cultura de sostenibilidad que beneficia tanto al medio ambiente como a las comunidades locales.

Resultado del proceso de investigación

El proceso de investigación revela que las plataformas digitales, al destacar prácticas sostenibles, pueden captar a más consumidores comprometidos con la sostenibilidad, incrementando los ingresos de los hoteles. Además, se confirma que el uso estratégico de estas plataformas permite a los alojamientos sostenibles maximizar sus inversiones en marketing, logrando un mayor retorno económico.

Asimismo, la difusión de prácticas responsables a través de plataformas digitales refuerza el turismo sostenible como un motor económico en las comunidades locales. El estudio también muestra que fomentar prácticas sostenibles ayuda a los hoteles a reducir el consumo de recursos naturales y la generación de desechos, promoviendo la conservación de agua, energía y materiales esenciales, especialmente en áreas con limitaciones ecológicas, lo que favorece la sostenibilidad en destinos turísticos vulnerables.

6.3. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO: <i>USO DE PLATAFORMAS DIGITALES Y SU INFLUENCIA PARA LA ELECCIÓN DE HOSPEDAJES SOSTENIBLES, LIMA, 2024</i>						
Apellidos y Nombres: Ulfe Lopez, Juan Manuel / Miyahira Alva, Namie Jimena						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			VARIABLE 1: USO DE PLATAFORMAS DIGITALES			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
¿De qué manera el uso de plataformas digitales logran influir en la elección de hospedajes sostenibles?	Determinar de qué manera las plataformas digitales influyen en la elección de hospedajes sostenibles.	Si se usan las plataformas digitales se logra influenciar en la elección de hospedajes sostenibles.	FRECUENCIA DE USO	Número de Sesiones por Usuario	¿Con qué frecuencia accedes a nuestra plataforma digital?	1
					¿Cuántas veces al día / semana / mes sueles iniciar sesión en nuestra plataforma?	2
					¿Cuánto tiempo pasas, en promedio, en cada sesión en nuestra plataforma?	3

				Distribución de Sesiones por Hora del Día	¿Cuál es tu horario preferido para utilizar nuestra plataforma digital?	5
			PROFUNDIDAD DE USO	Personalización de la Experiencia	¿Con qué frecuencia personalizas tu perfil en nuestra plataforma digital?	6
					¿Utilizas las opciones de personalización disponibles en nuestra plataforma para adaptar la experiencia según tus preferencias?	7
				Frecuencia de Uso de Funciones Clave	¿Con qué frecuencia utilizas la función de mensajería instantánea en nuestra plataforma?	8
					¿Con qué frecuencia accedes a la función de búsqueda avanzada en nuestra plataforma?	9
			EXPERIENCIA USUARIO	Satisfacción del Usuario	¿Qué tan satisfecho estás con la facilidad de uso de nuestra plataforma digital?	10
					¿Qué tan satisfecho estás con el diseño visual de nuestra plataforma digital?	11
					¿Qué tan satisfecho estás con la calidad del contenido proporcionado en nuestra plataforma digital?	12
				Personalización	¿Sientes que la plataforma digital se adapta a tus necesidades y preferencias individuales?	13

					¿Cuánto valoras la capacidad de personalizar tu experiencia en la plataforma digital?	14
Problemas específicos	Objetivos Específicos:	Hipótesis específicas:	VARIABLES E INDICADORES			
			VARIABLE 2: INFLUENCIA PARA LA ELECCIÓN DE HOSPEDAJES SOSTENIBLES			
			Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
P1: ¿De qué manera el uso de las plataformas digitales BENEFICIAN la influencia para la elección de hospedaje sostenible?	O1: Determinar de qué manera el uso de las plataformas digitales BENEFICIA N la influencia para la elección de hospedajes sostenible.	H1: El uso de las plataformas digitales BENEFICIAN la influencia para la elección de hospedajes sostenibles.	CONCIENCIA AMBIENTAL	Conocimiento sobre Prácticas Sostenibles	¿Qué tan adecuada es la información sobre sostenibilidad que ofrecen las plataformas digitales?	1
				Percepción de Beneficios de Hospedajes Sostenibles	¿Qué tan influyente es la disponibilidad de opciones sostenibles en la plataforma digital para su decisión de hospedaje?	2
P2: ¿De qué manera el uso de las plataformas digitales influye en	O2: Determinar de qué manera el	H2: El uso de las plataformas digitales influye en la EDUCACIÓN Y	BENEFICIOS PERCIBIDOS	Percepción de Beneficios Económicos	¿Qué tan motivado está para elegir hospedajes sostenibles debido a la facilidad de encontrarlos en plataformas digitales?	3

Uso de plataformas digitales y su influencia para elección de hospedajes sostenibles

<p>la EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN ambiental de la elección de hospedajes sostenibles?</p>	<p>uso de las plataformas digitales influye en la EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN ambiental de la elección de hospedajes.</p>	<p>SENSIBILIZACIÓN ambiental de la elección de hospedajes sostenibles.</p>		<p>Percepción de Beneficios de Salud y Bienestar</p>	<p>¿Qué tan creíble y útil encuentra la información sobre las prácticas sostenibles de los hospedajes en las plataformas digitales?</p>	<p>4</p>
<p>P3: ¿De qué manera el uso de las plataformas digitales influye en la PERSPECTIVA ambiental de la elección de hospedajes sostenibles?</p>	<p>O3: Determinar de qué manera el uso de las plataformas digitales influye en la PERSPECTIVA ambiental de la elección de hospedaje sostenible.</p>	<p>H3: El uso de las plataformas digitales influye en la PERSPECTIVA ambiental de la elección de hospedajes sostenibles.</p>	<p>FACTORES INFLUENCIADORES</p>	<p>Conciencia de la Sostenibilidad</p>	<p>¿Qué tan consciente de la importancia de la sostenibilidad en los hospedajes se ha vuelto debido a las plataformas digitales?</p>	<p>5</p>
				<p>Precio y Valor Percibido</p>	<p>¿Qué tan a menudo prefiere reservar hospedajes sostenibles cuando están destacados en las plataformas digitales?</p>	<p>6</p>
				<p>Impacto Ambiental Percibido</p>	<p>¿Qué tan importante considera que una plataforma digital ofrezca filtros para buscar hospedajes sostenibles?</p>	<p>7</p>

6.4. Matriz de operacionalización de variables si aplica

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
VI: Uso de plataformas digitales	En el contexto de la investigación puede utilizarse para estudiar patrones de comportamiento digital, preferencias de los usuarios y el impacto de la tecnología digital en la vida diaria, entre otros aspectos relacionados con la adopción y el uso de la tecnología digital. Se describe la frecuencia, intensidad, duración y/o naturaleza de las interacciones de un individuo, grupo o entidad con diversas aplicaciones móviles, sitios web, redes sociales y	Describimos cómo se medirá o evaluará un concepto o variable en términos concretos y observables. Por ejemplo el acceso a la plataforma, la interacción, la participación en actividades colaborativas, la utilización de herramientas y recursos, etc , esto puede adaptarse según la necesidades y características específicas de cada establecimiento en el ámbito del uso de plataformas digitales.	FRECUENCIA DE USO	¿Con qué frecuencia utilizas plataformas digitales (como Airbnb, Booking, Expedia, etc.) para buscar hospedajes sostenibles?	ORDINAL - LIKERT	1	CUESTIONARIO VI	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				¿Cuántas veces al mes realizas reservas de hospedajes sostenibles a través de plataformas digitales?		2						
				¿Suelo utilizar varias plataformas digitales diferentes para comparar opciones de hospedajes sostenibles?		3						
			PROFUNDIDAD DE USO	¿Dedico tiempo considerable a revisar la información detallada de los hospedajes sostenibles en las plataformas digitales?		4						
				¿Utilizo filtros avanzados (como sostenibilidad, precio, ubicación) en las plataformas digitales para personalizar mi búsqueda de hospedaje?		5						
				¿Exploro varias opciones de hospedajes en diferentes plataformas antes de tomar una decisión?		6						

Uso de plataformas digitales y su influencia para elección de hospedajes sostenibles



	servicios en línea.		EXPERIENCIA USUARIO	¿Encuentro fácil navegar y utilizar las plataformas digitales para buscar hospedajes sostenibles?		7						
				¿La información proporcionada en las plataformas digitales (descripciones, fotos, reseñas) es clara y útil para tomar una decisión?		8						
				¿Mi experiencia general al utilizar plataformas digitales para buscar hospedajes sostenibles es satisfactoria?		9						
VD: Influencia para la elección de hospedajes sostenibles.	Se define como un concepto que describe los factores que motivan a las personas a elegir hospedajes para participar en prácticas sostenibles, buscar una mejor comprensión de las motivaciones y factores que impulsan el comportamiento.	Operacionalmente pueden ser útiles para diseñar y llevar a cabo investigaciones empíricas que analizan la influencia de diferentes factores en la elección de hospedajes sostenibles por parte de los viajeros.	CONCIENCIA AMBIENTAL	¿Estoy consciente de la importancia de elegir hospedajes que implementen prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente?	ORDINAL - LIKERT	1	C U E S T I O N A R I O V 2	N U N C A	C A S I N U N C A	A V E C E S	C A S I S I E M P R E	S I E M P R E
				¿Investigó sobre las prácticas ambientales de los hospedajes antes de hacer una reserva.?		2						
				¿Considero que mi elección de hospedajes sostenibles puede contribuir a la protección del medio ambiente?		3						
			BENEFICIOS PERCIBIDOS	¿Elegir hospedajes sostenibles me proporciona una mayor satisfacción personal durante mi estancia?		4						

Uso de plataformas digitales y su influencia para elección de hospedajes sostenibles



<p>to del consumidor y recurrir a opciones mas sostenibles. Esto puede ayudar a promover prácticas turísticas más responsables y sostenibles, así como orientar estrategias de marketing y políticas públicas en el sector turístico.</p>		<p>FACTORES INFLUENCIADORES</p>	<p>¿Considero que hospedajes sostenibles ofrecen mejor calidad de servicio y atención al cliente en comparación con los tradicionales?</p>	5							
			<p>¿Elijo hospedajes sostenibles porque creo que contribuyen a un turismo más responsable y ético?</p>	6							
			<p>¿Las opiniones y reseñas de otros usuarios en plataformas digitales influyen en mi decisión de elegir un hospedaje sostenible?</p>	7							
			<p>¿Las recomendaciones de amigos o familiares sobre hospedajes sostenibles tienen un impacto significativo en mi elección?</p>	8							
			<p>¿Las certificaciones y sellos de sostenibilidad que reciben los hospedajes afectan mi decisión de reservar con ellos?</p>	9							

6.5. Instrumentos de recolección de datos

Título: Uso de Plataformas Digitales y su Influencia en la Elección de Hospedajes Sostenibles

El objetivo del cuestionario es evaluar hasta qué punto estos factores influyen en las decisiones de los usuarios al momento de elegir hospedajes sostenibles a través de plataformas digitales. Para medir esta influencia, se utilizará una escala de Likert que permite a los participantes expresar su nivel de acuerdo o desacuerdo con diversas afirmaciones relacionadas con su percepción y comportamiento respecto a la sostenibilidad en los hospedajes.

Instrucciones para los Participantes: Por favor, lea cada una de las siguientes afirmaciones y seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o desacuerdo.

¿Qué tan adecuada es la información sobre sostenibilidad que ofrecen las plataformas digitales?

1. Muy inadecuada
2. Poco adecuada
3. Medianamente adecuada
4. Bastante adecuada
5. Muy adecuada

¿Qué tan influyente es la disponibilidad de opciones sostenibles en la plataforma digitales para su decisión de hospedaje?

1. Nada Influyente
2. Poco Influyente
3. Medianamente Influyente
4. Bastante Influyente
5. Muy influyente

¿Qué tan confiable encuentra las certificaciones de sostenibilidad en las plataformas digitales?

1. Nada confiable
2. Poco confiable
3. Medianamente confiable
4. Bastante confiable
5. Muy confiable

¿Qué tan influyentes son las reseñas y calificaciones sobre sostenibilidad de otros usuarios en su elección de hospedaje?

1. Nada influyentes
2. Poco influyentes
3. Medianamente influyentes

4. Bastante influyentes
5. Muy influyentes

¿Qué tan a menudo prefiere reservar hospedajes sostenibles cuando están destacados en las plataformas digitales?

1. Nunca
2. Rara vez
3. A veces
4. A menudo
5. Siempre

¿Qué tan motivado está para elegir hospedajes sostenibles debido a la facilidad de encontrarlos en plataformas digitales?

1. Nada motivado
2. Poco motivado
3. Medianamente motivado
4. Bastante motivado
5. Muy motivado

¿Qué tan importante considera que una plataforma digital ofrezca filtros para buscar hospedajes sostenibles?

1. Nada importante
2. Poco importante
3. Medianamente importante
4. Bastante importante
5. Muy importante

¿Qué tan creíble y útil encuentra la información sobre las prácticas sostenibles de los hospedajes en las plataformas digitales?

1. Nada creíble
2. Poco creíble
3. Medianamente creíble
4. Bastante creíble
5. Muy creíble

¿Qué tan consciente de la importancia de la sostenibilidad en los hospedajes se ha vuelto debido a las plataformas digitales?

1. Nada consciente
2. Poco consciente
3. Medianamente consciente
4. Bastante consciente
5. Muy consciente

¿Qué tan probable es que recomiende utilizar plataformas digitales a otros viajeros que buscan hospedajes sostenibles?

1. Nada probable
2. Poco probable
3. Medianamente probable
4. Bastante probable
5. Muy probable