

**EL COMERCIO ELECTRÓNICO BASADO EN INTERNET Y EL SECTOR
HOTELERO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS D.T. y C.**

MILLY DAYANA ROBLES SILVA

**Documento Minor presentado como requisito parcial para optar al
Título de Administrador de Empresas**

**Asesor:
Raúl Acosta Mesa**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
MAYO DE 2011**

CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	1
1. ASPECTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES	
1.1 Generalidades del comercio electrónico	3
1.2 Características y ventajas del uso del comercio electrónico en las organizaciones	4
1.3 Comercio electrónico basado en internet en la región de Latinoamérica.	6
1.4 Comercio electrónico en el turismo a nivel mundial, en América latina y Colombia	12
2. ASPECTOS DE CAPACIDAD Y UTILIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA HOTELERA Y TURISMO EN COLOMBIA Y EN CARTAGENA.	15
2.1 Utilización de internet en los hoteles y estructura del sector hotelero en Cartagena de indias	18
2.1.1. Ventajas utilización de internet en los hoteles	19
2.1.2. Estructura del sector hotelero en Cartagena de indias	20
3. LA INFRAESTRUCTURA TIC Y LA CONECTIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO EN COLOMBIA	22
3.1 Disponibilidad y uso de las páginas web en los hoteles de Cartagena.	23
4. LA GESTIÓN DE OPERACIONES DE LOS HOTELES Y BRECHAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO FRENTE COMPETIDORES NACIONALES Y EXTRANJEROS.	29
4.1 La gestión de operaciones de los hoteles	29
4.1.1 Brecha de comercio electrónico en Colombia y los hoteles cartageneros.	30
5. CONCLUSIONES	32
6. BIBLIOGRAFÍA	34

Resumen

El presente artículo hace referencia a un tema de gran importancia en el presente y el futuro de las empresas del sector hotelero, el comercio electrónico. Ya que el turismo es un bien que nace de la confianza cuando se dispone de información del servicio que se va a prestar, el crecimiento de la industria turística a escala mundial, ha llevado a que los destinos turísticos internacionales desplieguen estrategias para lograr su posicionamiento en el mercado; entre ellas se destacan el uso de nuevas tecnologías.

El Internet y las herramientas electrónicas que se tengan a disposición del turista le permiten una mayor rapidez y conocimiento de la situación de su paquete vacacional, más interactividad con el sistema y la empresa, y un ahorro claro en costos. Por esta razón se plantea en este documento académico conocer el desarrollo del comercio electrónico en el turismo, concretamente en la oferta hotelera de una ciudad con potencial turístico como es Cartagena De Indias.

Abstract

The subject of the paper is the importance about e-commerce based on internet in the hotel sector. Tourism is a product based on trust because depends of the veracity and clarity about information, also provides more interactivity with the system and the company, and a clear saving in costs. Growth of the tourism sector in the world has caused that industries implement strategies to gain market position.

The Internet and technological tools , allow the tourist have more knowledge about the status of his vacation package. The first reason about this paper is describe the development of e-commerce in tourism, concretely in the hotel offer of Cartagena de Indias.

PALABRAS CLAVES: *Sector Hotelero, Comercio Electrónico, Cartagena de Indias.*

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han transformado la economía mundial. Ha cambiado de forma general la manera en que las personas viven, trabajan, consumen, venden, dedican su tiempo de ocio y de un sin número más de pequeñas actividades de los humanos.

Según un estudio realizado por *América Economía Intelligence* por encargo de la firma de medios de pago *Visa*, el comercio electrónico a consumidores (o B2C como es conocido en la jerga especializada) creció en 39,2% durante 2009, lo que le permitió llegar a la suma de U\$ 21.775 millones en toda América Latina y El Caribe. En el 2010, Tuvo un salto del 27%, lo que permitió cerrar con US\$ 27.597,9 millones en B2C, esto nos da una visión de cuan independiente se está volviendo el mundo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para desarrollar los negocios.

Los negocios que existen en el mundo físico tienen la necesidad de hacer parte del mundo cibernético e incorporarse a la nueva economía digital ya que podrían convertirse en compañías obsoletas. En el siguiente artículo se expondrá el desarrollo que el Sector Hotelero ha tenido al incorporarse a la nueva economía digital efectuando comercio electrónico a través del internet para acceder a los miles de usuarios y potenciales clientes que se encuentra en esta red abierta, cabe resaltar que el sector hotelero en Cartagena es parte importante de su actividad económica y se ha reconocido como potencial turístico internacional.

El uso del comercio electrónico a través de internet en el sector hotelero brinda a cada proveedor turístico, la posibilidad de expandir su actividad comercial de un modo más eficaz creando ventajas en los costo de algunas importantes operaciones de los hoteles, como por ejemplo, menores costos de distribución (la separación entre el contenido y los medios de almacenamiento posibilita la eliminación de varias etapas en

la cadena de distribución tradicional); además se da un ahorro de costos de publicidad (la simple presencia de en la Web es un acto publicitario).

El internet y el turismo parecen ser una excelente combinación, además de crear eficacia para los hoteles se convierte además en una herramienta clave para los consumidores de turismo ya que cuando esto están planificando un viaje se encuentran con la necesidad de informarse acerca del destino, precios, servicios, etc., necesidad que la red resuelve debido a que esta les facilita la forma de acceder de forma directa, y no solo esto les permite además realizar reservas de manera rápida y sencilla. Se considera entonces que la red se está convirtiendo la forma más eficaz de comunicarse en este sector, los consumidores de este mercado encuentran en internet la forma preferida de planificar sus paquetes viajeros.

En el presente documento se hace un análisis específico del sector hotelero como uno de los agentes principales del mercado del turismo y el desarrollo que las nuevas tecnologías ofrecen a estos establecimientos para mejorar esa oferta de servicios y productos.

Recogiendo fundamentalmente los datos de observación directa de uso de TIC y Comercio electrónico, con una serie de informes y estudios complementarios se presenta la situación actual desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo del desarrollo del comercio electrónico en el sector hotelero.

1. ASPECTOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES

1.1 Generalidades Del Comercio Electrónico

Para entender de manera concreta cual es el significado de comercio electrónico y que involucra, se citan algunas definiciones de diferentes autores:

Según Organización Mundial Del Comercio (OMC) define al comercio electrónico como:

“Simplemente como la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones.”¹

Según la legislación colombiana define comercio electrónico como:

Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.²

¹ OMC.(1999).“Estudio especial de la OMC sobre el comercio electrónico”. Disponible en URL: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm.Organización Mundial Del Turismo. Ginebra.

² Congreso de Colombia. (1999).Legislación Nacional de Colombia Ley No 527 Comercio Electrónico, Cap. 1- Art. 2. [Versión electrónica] Disponible en Sistema De Información Sobre Comercio Exterior: URL:<http://www.sice.oas.org/ecom/legislation/col2.asp>

Se entiende en la anterior definición por mensaje de datos la información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax.

1.2 Características y Ventajas Del Uso Del Comercio Electrónico En Las Organizaciones

Cuando hablamos de comercio electrónico nos estamos refiriendo al comercio tradicional por medios electrónicos, es decir que dentro de esta actividad se ven involucradas dos partes: las organizaciones y los clientes mediados estrechamente por el uso de las nuevas tecnologías como el internet.

En un breve resumen entenderemos entonces que el comercio electrónico es:

Intercambios mediados por la tecnología entre diversas partes (individuos, organizaciones, o ambos), así como la actividades electrónicas dentro y entre las organizaciones que facilitan esos intercambios³.

Por otra parte se han determinado además cuatro modalidades de comercio electrónico para su estudio, las cuales son: De negocio a negocio (NAN); de negocio a consumidor (NAC); de consumidor a consumidor (CAC); de consumidor a negocio (CAN)⁴, como se ilustra en la tabla 1. Las cuatro categorías del comercio electrónico.

³ Rayport. J, y Jaworsky. B. (2003). *E- Commerce*. (p. 7). México: Mac Graw Hill.

⁴ Consultado en: Rayport. J, y Jaworsky. B. (2003). *E- Commerce*. (p. 6). México: Mac Graw Hill

Tabla 1. LAS CUATRO CATEGORÍAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.



Fuente: Adaptado de E-Commerce (2003). Rayport. J, y Jaworsky. B.. Edit. Mc Graw Hill.

Negocio a negocio o B2B (en sus siglas en ingles): son las transacciones en línea entre organizaciones. Este tipo de comercio facilita las operaciones de cooperación entre los socios de la organización y un nuevo canal de información.

Negocio a consumidor o B2C: Intercambio de información, bienes o servicios entre una organización y sus públicos externos (clientes, clientes potenciales, etc.). La empresa suministra un catálogo de productos online sobre el que el cliente puede realizar pedidos, usando medios de pago tradicionales (transferencia, contra reembolso, cheque) o electrónicos (tarjetas de crédito, pago por móvil). Dentro de esta categoría encontramos Yahoo, amazon.com, DrugStore.com, etc.

Consumidor a consumidor o C2C: este modelo se refiere al intercambio entre individuos entre si ya sea con ayuda o no de una tercera parte o entidad involucrada que brinde la infraestructura, las políticas de intercambio y facilitar tareas afines a esta actividad. Dentro de esta modalidad están por ejemplo: eBay, ICQ.com, MSN.com, mercadolibre.com, alibaba.com, Facebook.com (a través de Market Lodge) etc.

Consumidor a negocio o C2B: Los consumidores pueden unirse para formar grupos de compradores y presentarse como tal a los negocios en una relación de consumidor a negocio.

Entre las ventajas que pueden obtener las organizaciones al recurrir al e-commerce como herramienta de gestión podemos señalar:

- Mayores oportunidades para acceder a los clientes. tanto nacionales como internacionales.
- Comercialización personalizada. Diálogos dinámicos y tiempo de respuestas veloces.
- Eliminación de las barreras físicas y temporales. “la tienda siempre está abierta” siete días a la semana, 24 horas al día y 365 días del año (léase veinticuatro por siete).
- Reducción de costos: reducción en la fuerza laboral; reducción de errores; mejora en los tiempos de respuesta a los clientes
- Mejora en la integración de los procesos de la organización.
- Mayores utilidades: Mayor numero de venta.

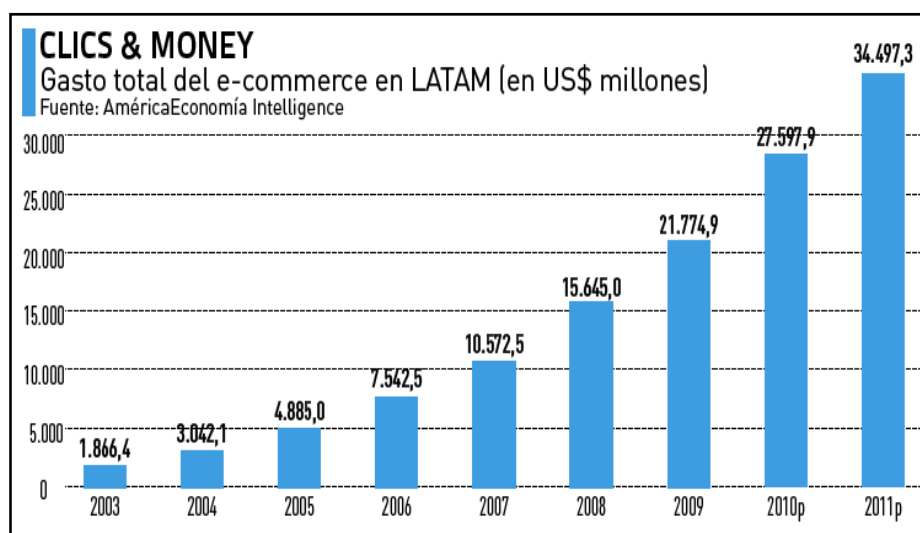
1.3 Comercio Electrónico Basado En Internet En La Región De Latinoamérica.

El comercio electrónico utiliza el internet como plataforma tecnológica para el intercambio de bienes y servicios. El comercio electrónico y el internet basado en esta red proporcionan un sistema de intercambio, en especial el *World Wide Web (www)*, que reduce los costos de comunicación e intercambio y además es muchos más interactivos que otros medios.

El *World Wide Web* permite diseñar una identidad única a nivel global, o por negocios, o por productos. Además una empresa con locación virtual o dirección virtual le permite establecer un diálogo directo con sus clientes a través de formularios de consulta o dirección de correo electrónico de la organización, por otra parte esta plataforma le permite a la organización realizar comercio e intercambio independientemente del tiempo y del espacio⁵.

Para el caso de América Latina, cada día son más los latinos que utilizan el internet para hacer sus compras. Según el *Estudio de comercio electrónico en América Latina (Junio de 2010)*⁶ realizado por América Economía Intelligence por encargo de la firma de medios de pago Visa, el comercio electrónico a consumidores (o B2C) ha tenido un aumento importante, por ejemplo, el *gasto total de e-commerce Latinoamérica* se elevará de US\$1,866.6 millones en el 2003 a US\$ 34,497.3 millones en el 2011. (Ver Grafico 1).

Grafico1: GASTO TOTAL DE E-COMMERCE LATINOAMÉRICA (en US\$ millones)



Fuente: AméricaEconomía Intelligence

⁵ De Águila, A.R. (2001). *Comercio Electrónico Y Estrategia Empresarial Hacia La Economía Digital*, (P. 61). Madrid: Alfaomega Grupo Editor.

⁶ VISA América Economía. (2010). *Estudio de comercio electrónico en América Latina*. [Versión electrónica] disponible en URL: <http://www.einstituto.org/?p=862>. Edit. América Economía Intelligence.

Los progresos también se dieron por el lado de la demanda, pues ha habido un aumento considerable en el consumo de bienes y servicios utilizando esta tecnología, porque a medida que las generaciones se han ido adaptando a las nuevas tecnologías de información como el internet estas aumentan su poder de consumo electrónicamente. *El E-Consumo Total* como lo vemos en la *tabla 2*, esta encabezado por los siguientes países Brasil, Mexico y Chile.

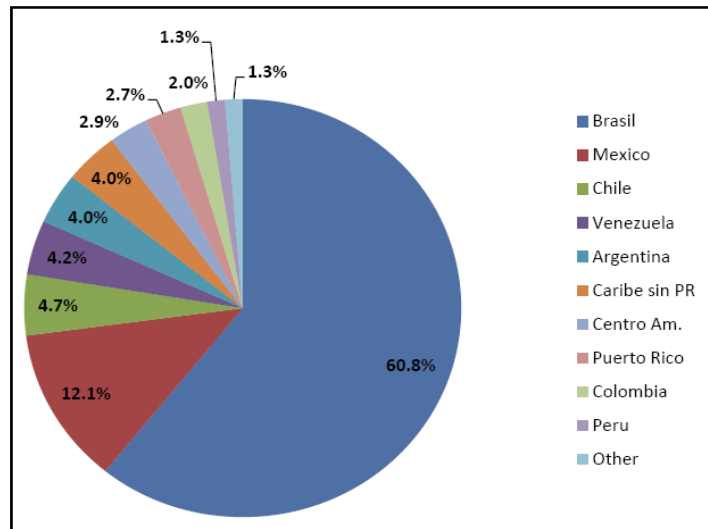
Tabla 2: E-CONSUMO TOTAL LATINOAMÉRICA

Países/bloques seleccionados B2C en millones de US\$ Fuente: AméricaEconomía Intelligence					
	2005	2006	2007	2008	2009
BRASIL	2.269,9	3.540,5	4.898,7	8.572,6	13.230,4
MEXICO	567,1	867,6	1.377,0	2.010,0	2.624,9
CHILE	242,8	471,8	687,5	919,5	1.027,9
VENEZUELA	253,4	489,6	821,5	787,8	906,1
ARGENTINA	240,9	378,1	561,5	732,8	875,0
EL CARIBE	387,0	565,0	660,0	754,9	868,1
CENTROAMÉRICA	189,2	359,9	499,0	563,9	637,2
PUERTO RICO	344,0	384,3	445,0	489,8	587,8
COLOMBIA	150,3	175,0	201,3	301,9	435,0
PERÚ	109,1	145,5	218,2	250,9	276,0
OTROS	131,3	164,8	203,0	260,9	306,5
A. LAT. + CARIBE	4.885,0	7.542,1	10.572,5	15.645,0	21.774,9

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

Se observa también la modalidad de comercio electrónico de negocio a negocio o B2B en Colombia está lejos de otros países de la región y por lo tanto su participación , vemos que Brasil con el 60.8% y 13.230.4 millones \$US en B2C es el lider y tiene gran ventaja, Mexico 12.1% y 2.624.9 millones \$US y Chile 4.7% y 1.027.9 millones \$US, e incluso del total de la región que para el 2009 era de 21.774,9 millones de dólares y se espera que para el 2011 sea de 34,497.3, el mercado colombiano solo representa un 2% del volumen de América Latina y 435 millones \$US en B2C (*Ver Grafico 2*).

Grafico 2: EL COMERCIO ELECTRÓNICO POR PAÍS DE LA REGIÓN



Fuente: AméricaEconomía Intelligence

Este liderazgo en e-commerce no se debe tanto al tamaño de los países si no al desarrollo en cuanto a infraestructura (crecimiento económico); adopción de tecnología (la mayor disponibilidad de banda ancha); entregas de bienes y servicios; patrones de compras; la cultura(plasti-digital); banca y la penetración de tarjetas de crédito.

En el caso de Colombia se observa una mejora en sus estadísticas a través del periodo 2005- 2009, pero todavía no cuenta con cifras significativas que permitan resultados más ventajosos. Es preciso aumentar el número de computadores en el país y vincularlos con accesos a Internet de alta velocidad y penetración de tarjetas de crédito.

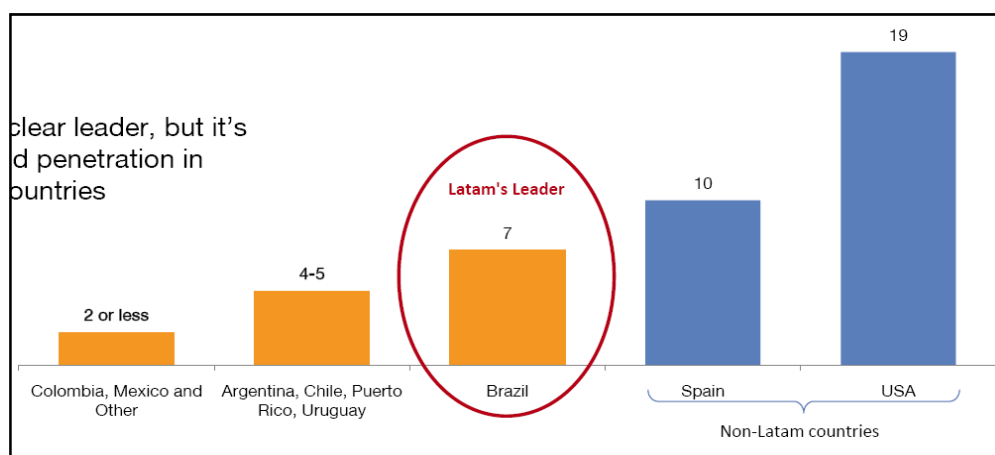
Por ejemplo Brasil fue el líder en Latinoamérica en el número de tarjetas de crédito, lo cual repercuten en su liderazgo de e-commerce. Según el *Estudio Regional de Comercio Electrónico América Economía 2010*⁷: (7) de cada diez personas poseen tarjeta de crédito en Brasil, en el caso de Argentina, Chile, Puerto Rico y Uruguay (4)-

⁷ VISA América Economía. (2010). *Estudio Regional de Comercio Electrónico América Economía 2010: La Fuerza Del E-Commerce. (Informe 1)*. [Versión electrónica]. Buenos aires: Aldúnate. F.

(7), finalmente Colombia y México solo (2) o menos poseen tarjeta de crédito de cada diez personas (*Grafico 3: Número de tarjetas de crédito por cada 10 personas*).

Pero claramente se observa que a pesar del liderazgo de Brasil, Latinoamérica se encuentra todavía muy rezagado con respecto a los países desarrollados en relación a esta cultura de plasti-digital como Estados Unidos y España.

Grafico 3: NÚMERO DE TARJETAS DE CRÉDITO POR CADA 10 PERSONAS

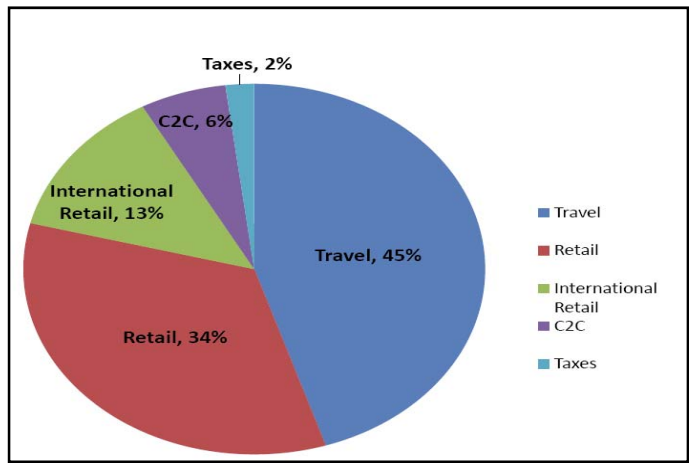


Fuente: Estudio Regional de Comercio Electrónico América Economía 2010

Sin embargo, Latinoamérica ha ido evolucionando con respecto al uso de nuevas tecnologías en los últimos años, y posee un alto potencial de crecimiento del mercado de tarjetas de plástico en la región lo que se convierte en un punto a favor para el comercio electrónico, pues ha demostrado ser su mejor aliado

Otro aspecto que revela el *Estudio Regional de Comercio Electrónico América Economía 2010*, muestra que las transacciones realizadas por internet se concentran en las siguientes categorías: primero la categoría de viajes la más importante en América Latina (45%); seguido de la categoría venta al por menor (34%); venta al por menor internacional (13%); consumidor a consumidor (C2C) 6%; y por ultimo pagar impuestos en línea tiene un alto potencial (2%). (*Ver Grafico 4*).

Grafico 4: EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA CATEGORÍAS



Fuente: AméricaEconomía Intelligence

Es importante resaltar el impulso que Latinoamérica le está dando la categoría turística adoptando la tecnología del comercio electrónico, ya que el turismo en Latinoamérica es una actividad económica, social y ambiental que goza de ventajas competitivas en el entorno del mercado internacional la nueva demanda turística a la que se enfrenta hace uso intensivo de la información disponible.

Esto se muestra en las estadísticas donde América del sur reporto un número mayor de Llegada de viajeros extranjeros en el 2010 que las otras regiones del mundo como América del norte, unión europea y Asia. (Ver tabla 3)

Tabla 3. LLEGADA DE VIAJEROS EXTRANJEROS, SIN INCLUIR INGRESOS POR PUNTOS FRONTERIZOS Y CRUCEROS, SEGÚN REGIÓN DE ORIGEN ENERO 2009 –2010*

Región	2009	2010	Diferencia	Var%	Part % 2009
América del sur	48.267	50.264	1.997	4,1	44,8
América del Norte	27.124	28.928	1.804	6,7	25,8
Unión Europea	17.860	18.804	944	5,3	16,8
América Central	5.406	5.677	271	5,0	5,1
Resto Europa	2.951	3.489	538	18,2	3,1
Asia	1.374	1.874	500	36,4	1,7
El Caribe	1.184	1.333	149	12,6	1,2
Resto	1.570	1.873	303	19,3	1,7
Total	105.736	112.242	6.506	6,2	100,0

Fuente: DAS - Cálculos Vice ministerio de Turismo 2010.

En conclusión el uso de Internet para realizar e-commerce por parte de las empresas representa ventajas claras, una baja inversión en ventas, publicidad y servicio al cliente y es de muy alta rentabilidad al compararse con otros medios tradicionales, tales como la televisión, prensa, teléfono, contacto persona a persona, contando además con que no sólo llegará al público local, sino también internacional, abriendo así las fronteras informativas.

1.4 Comercio Electrónico En El Turismo A Nivel Mundial, En América Latina Y Colombia

El Turismo a nivel mundial durante las últimas décadas ha ido creciendo y consolidando como uno de los principales sectores del comercio internacional, según la OMT (2010-2), en su estudio la prospectiva para la industria de la hotelería, el turismo aporta el 2% del PIB de aquellas economías desarrolladas y diversificadas en donde el turismo es un sector pequeño y un 10% en aquellos países donde el turismo es un sector importante.

El sector turístico a nivel mundial se ha convertido en una rama de información en la cual el comercio electrónico ha jugado un papel muy trascendental para su crecimiento, dado que muchos hoteles han hecho del internet y de sus páginas web, herramientas diferenciadoras que le permiten ganar mayor competitividad en el mercado.

El turismo como un producto mundial tiene una característica muy específica que lo ha situado en el primer plano del auge electrónico, dado que los paquetes turísticos que son ofrecidos al cliente en el punto de venta son más que un producto de la información, ya que se convierte a su vez en un bien basado en la confianza, a pesar de que el precio y el servicio prestado a los clientes al hacer las reservas a través de los

portales es un factor importante a nivel mundial, la competencia se da mayoritariamente en la calidad y confiabilidad de la información proporcionada en la página web.

En América Latina, el auge de la implementación de TIC'S, ha permitido que aumente en la Región la cobertura de Internet, sin embargo el informe de Panorama de las TIC en América Latina, presentado por el Centro de Predicción Económica, publicado en el primer trimestre del 2011, es más alentador para los países desarrollados como Brasil, Chile y Argentina, ya que según este informe el comercio digital crecerá por encima del 100%, con un promedio de \$ 73 Us, por transacción, mientras que en países en vías de desarrollo como Colombia y Perú tiene un promedio de \$10 Us, por transacción electrónica, aunque la cobertura en Internet aumente no quiere decir que esta tenga un impacto muy considerablemente en las ganancias, más bien depende de la Calidad de la Información en los portales y de las facilidades que se le brinden al cliente para realizar pagos, cabe añadir que una de las áreas que mas genero fruto fueron las transacciones realizadas con medios de pago on-line, y se estima que para finales del 2011 y comienzo del 2012 esta área tenga un crecimiento del 45% en América Latina.

En el caso de Colombia el tema del comercio electrónico ha ido avanzando por la inminente tendencia mundial de la utilización de las nuevas tecnologías para realizar negocios y fortalecer la competitividad y productividad de la empresas a escala mundial, tanto así que nuestro país ya tiene su propia *Cámara de Comercio Electrónico*, creada para divulgar y promover el uso y desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones aplicadas al comercio y los negocios electrónicos.

Colombia en el último Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, publicado en 2009, se ubica en el puesto número 72 dentro de 133 países en total , y sus principales ventajas son la diversidad cultural y la mano de obra calificada, este índice de competitividad evalúa los factores y políticas que hacen interesante desarrollar el sector de viajes y turismo en los diferentes países, dicho indicador tiene en cuenta tres áreas: Infraestructura, Ambiente de negocios y los recursos humanos.

En Colombia dicha competitividad se encuentra delimitada por los costes que implican las campañas publicitarias que muestran a Colombia como un lugar seguro y libre de terrorismo, crimen y violencia, y por supuesto por la insuficiencia en el número de Puertos y vías férreas; Por otro lado el Comercio electrónico en Colombia ha crecido poco a pesar del aumento en la cobertura de internet, en el Sector turístico el mayor provecho lo sacan las grandes cadenas de hoteles que se encuentran en el país y que cuentan con portales informáticos muy competitivos que permiten no solo a los clientes acceder a un sin número de información, sino que muchos de estos también implementan motores de reserva que le brindan al cliente la posibilidad de realizar pagos on-line, por lo que cumplen uno de sus principales objetivos del E-commerce, realizar de forma rápida y efectiva transacciones en línea.

2. ASPECTOS DE CAPACIDAD Y UTILIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA HOTELERA Y TURISMO EN COLOMBIA Y EN CARTAGENA.

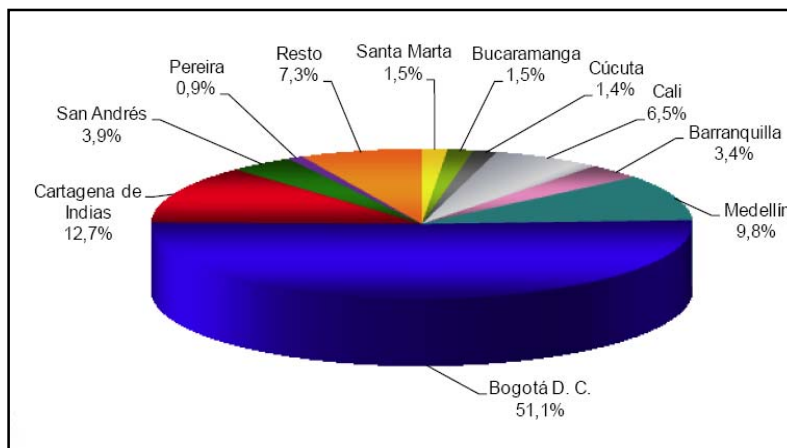
Cartagena posee actualmente características importantes para ser apreciada como destino turístico importante en el mundo, en primer lugar su posición geográfica en cercanías al mar Caribe; la declaración de patrimonio histórico y cultural de la humanidad por la UNESCO en 1985; el desarrollo de la capacidad hotelera con establecimientos de primera calidad y la infraestructura para congresos y convenciones.

El Sector Turístico en Cartagena de indias, es considerado como el principal motor de la economía de dicha ciudad, en el informe más reciente del estudio sobre satisfacción y percepción del ciudadano de Cartagena frente al turismo, el 73 por ciento de los habitantes concuerdan con que el sector que más arroja beneficios para la ciudad es el turístico seguido por el comercio y la industria con un 48 y 23 por ciento respectivamente.

El turismo tiene un gran impacto en la economía de los Cartageneros ya que los beneficios que genera son básicamente económicos, en términos de ingresos y empleo, de igual forma Cartagena cada día goza de mayor prestigio a nivel internacional, por los grandes eventos que organiza como por ejemplo el mundial de futbol categoría Sub-20, que sirve de gran vitrina para el mundo.

Cartagena de indias es la segunda ciudad de destino turístico para los extranjeros en Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo revela en el Informe De Turismo Enero De 2010, que Bogotá es la primera ciudad como destino turístico de para los extranjeros con una participación del 51,1% seguida de Cartagena con 12,7%. *(Ver Grafico 5).*

Grafico 5: Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino Enero 2010*



Fuente: DAS - Cálculos Vice ministerio de Turismo.

El sector turístico es además para Cartagena una columna fuerte de su economía, el cual está constituido por un conjunto de bienes y servicios ofertados que generan ingresos, dentro de esta oferta tenemos los siguientes *productos turísticos* que además de generar ingresos fortalecen la competitividad del sector y son: viaje (servicio que proveen las empresas de transporte); alojamiento (servicio que proveen los consorcios hoteleros); atracciones naturales (bosque, playas, ríos, mares, paisaje, fauna y flora típica); atracciones no naturales (museos, los monumentos históricos, las construcciones antiguas, los lugares deportivos), servicios complementarios (comidas típicas, guías turísticos, compras, recorrido o excursiones por las zonas, folletos o recordatorios)⁸.

La capacidad de alojamiento como producto turístico es clave en la competitividad del sector tanto a nivel nacional como internacional, el *Informe Final De Prospectiva Para La Industria De La Hotelería En Colombia (2010)* hace énfasis en el grado de utilización hotelera el cual presenta altas diferencias regionales en Colombia. Durante el periodo 2000 a 2008, se destacan Bogotá y Cartagena como las ciudades con los mayores

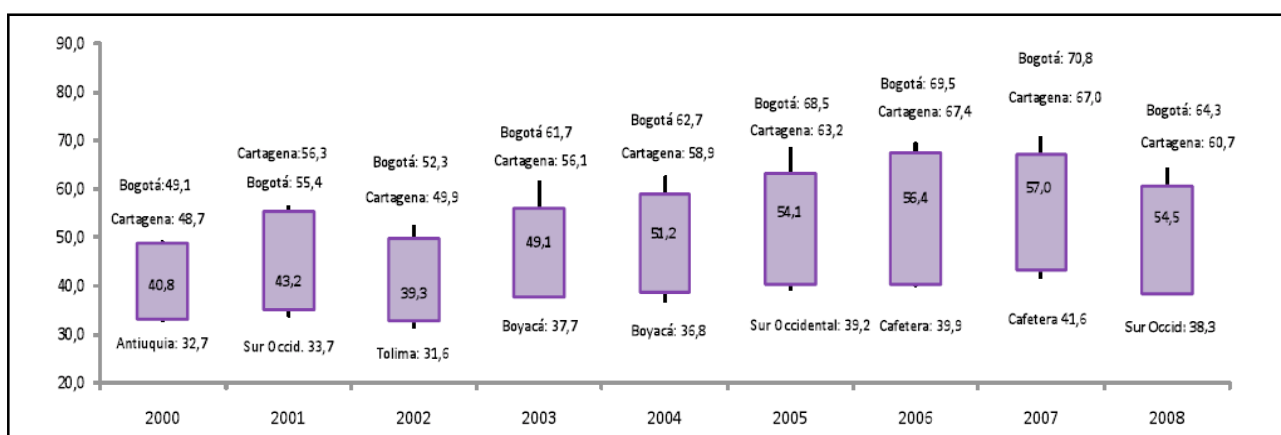
⁸ María Aguilera y Luis Galvis*. *Determinantes De La Demanda Por Turismo Hacia Cartagena, 1987-1998*, pág. 4.

*Economistas del departamento de estudios económico del Banco De La República, sucursal Cartagena.

porcentajes de ocupación, con registros superiores al 60% y 56% respectivamente a partir de 2003.

En el siguiente Gráfico 6 nos muestra para cada año las dos regiones que registraron los máximos porcentajes de ocupación hotelera, seguida por el porcentaje de ocupación total nacional y finalmente la región que presenta el menor registro de este indicador.

Gráfico 6: Porcentaje de Ocupación hotelera departamental. 2000 – 2008



Fuente: COTELCO - Revista "Operación Hotelera en Colombia", Cálculos Fedesarrollo

El turismo en Cartagena ha venido registrando un buen comportamiento esto se evidencia en el informe de la Asociación Hotelera de Colombia (COTELCO) sobre ocupación hotelera durante el periodo de 2010: *Indicadores Hoteleros Preliminares Diciembre 2010- 2009*. Según este informe la ocupación hotelera de Cartagena fue superior a la reportada por varios hoteles de distintas ciudades del país.

Cartagena alcanzó para el 2010 una ocupación hotelera del 54,1%, y un índice de empleo del 0,98 lo que se traduce en el número de empleos directos por habitación disponible; Cartagena ocupa junto con San Andrés (63,4%), Santa Marta (58%) y Bogotá (55,7%) el porcentaje de ocupación hotelera en el país más altos los cuales superan el 50%. Otro apunte importante para anotar del presente informe es la tarifa

promedio de alojamiento, en Cartagena es de \$ 403.899 COP, valor muy superior a la de otras ciudades , por ejemplo, San Andrés (\$ 243.244), Santa Marta (\$ 272.634) y Bogotá (\$ 202.021).

2.1 Utilización de Internet En Los Hoteles Y Estructura Del Sector Hotelero En Cartagena De Indias

El crecimiento de la industria turística a escala mundial, ha llevado a que los destinos turísticos internacionales desplieguen estrategias para lograr su posicionamiento en el mercado; entre ellas se destaca el uso de las nuevas tecnologías.

El desarrollo reciente de las tecnologías de la información ha supuesto un cambio radical en las bases sobre las que se cimienta la competitividad en el sector turístico, entendiéndose entonces esta importancia, brevemente se expondrá como el internet puede abonar potencial al sector Hotelero.

A nivel teórico, el sector turístico en general, y el sector de alojamiento en particular presentan una serie de características que los hacen especialmente idóneos para el uso de Internet⁹:

- **El turismo es una industria de uso intensivo de información.** Los sistemas de reservas (CRS) y los sistemas de reservas globales (GDS). Basándose en el enorme potencial de Internet las compañías de GDS han empezado a operar bajo Internet y con el consumidor final, lo cual cambió el paisaje de la distribución de viajes.

⁹ Tomado de: Garau. J, Sintés. F. (2003). *Uso De Internet En La Oferta De Alojamiento Turístico En Destinos Turísticos Tradicionales Hacia Un Modelo Explicativo*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears

- **Los productos turísticos y los servicios son difíciles de evaluar.** La intangibilidad de los servicios turísticos, conlleva una muy difícil evaluación a priori. Con Internet la cantidad de información es virtualmente ilimitada y obtenible a través de sitios Web.

- **No desplazamiento del producto turístico. Simple distribución de contratos.** Esta característica de turismo es de especial importancia en la comercialización a través de Internet, ya que tiene como único coste de la venta online el costo de la transacción más un eventual pequeño coste de franqueo.

- **El gran tamaño del negocio actual y potencial.** En definitiva, Internet permite a las empresas turísticas ofrecer información sobre sus productos y mejorar sus sistemas de distribución y promoción, aunque la utilidad de Internet no se acaba aquí, puesto que también puede ser utilizada en las relaciones con intermediarios y proveedores y con las administraciones.

En concreto, las nuevas tecnologías y de manera especial Internet permiten el establecimiento de relaciones eficaces entre diferentes actores que pueden agruparse en tres categorías básicas de intercambio (IBIT 2002).

2.1.1. Ventajas Utilización De Internet En Los Hoteles

De lo anterior se puede desatacar:

- La página Web del hotel es de gran importancia ya que le permite a los hoteles pertenecer a la red de comunicación más grande del mundo, su diseño y eficacia puede motivar la necesidad de viaje y hospedaje al usuario.

- Los sistemas globales de distribución (SGD):

“que permite la visualización de las disponibilidades, la reserva y la emisión de billetes por parte de los productos turísticos – tanto aéreos como de otro tipo – a nivel internacional” (OMT, 1994)

- Sistema de reservas sencillo, los hoteles deben facilitar el máximo número de formas de pagos posibles para evitar rechazos, e ir con la tendencia actual de pagos online a través del dinero plástico.

2.1.2. Estructura Del Sector Hotelero En Cartagena De Indias

Hoteles de alta categoría en Cartagena de Indias

Cartagena de Indias cuenta con hoteles que están concentrados principalmente en el sector turístico de *Bocagrande*, frente a las playas o muy cerca de ellas.

Los hoteles de alto nivel están a cargo de cadenas internacionales como Sofitel, Charleston y Hilton, y también de cadenas nacionales como DannCarlton y Hoteles Estelar, entre otras.

Hoteles boutique en Cartagena de Indias

Cartagena de Indias dispone de una importante infraestructura hotelera con excelentes comodidades.

Cartagena de Indias es la ciudad con mayor número de hoteles de este tipo. En el recinto amurallado de la ciudad se han restaurado algunos conventos, claustros y casas coloniales, que hoy son ocupadas por hoteles boutique de alta categoría.

Estos hoteles se caracterizan por una arquitectura colonial, con diseños modernos, y por un encanto lujoso rodeado de murallas y fortificaciones construidas en la época de la colonia.

Hoteles en construcción en Cartagena de Indias

Cartagena de Indias es una de las ciudades con más proyectos hoteleros en Colombia. Entre los años 2004 y 2012 se tienen proyectadas más de 2.700 habitaciones nuevas, pertenecientes a cadenas nacionales e internacionales.

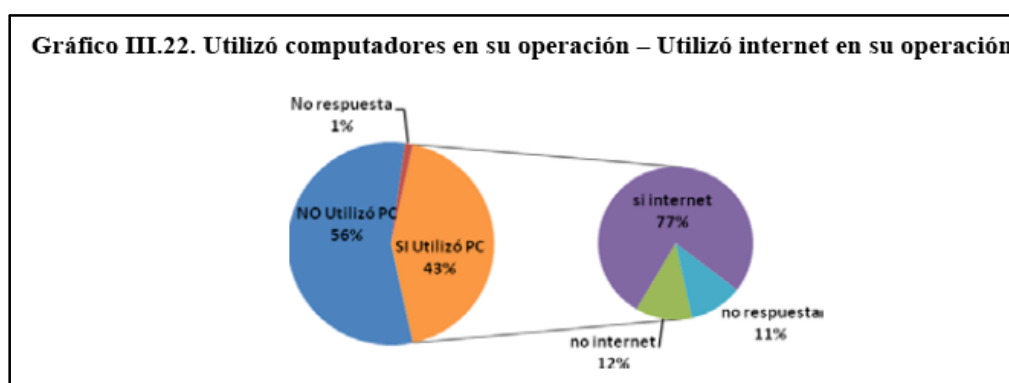
En la guía de viajes oficiales de Proexport Colombia se encuentra enlistados (96) Hoteles, entre estos tenemos hoteles de grande y baja categoría y los nuevos hoteles Boutique, si bien esta no es una cifra oficial del total de hoteles en la ciudad de Cartagena es una muestra importante y considerable que se utilizara para analizar y describir el desarrollo de comercio electrónico en el sector hotelero de Cartagena de indias¹⁰

¹⁰ Tomado de: Portal Proexport Colombia ,Guía De Viajes Oficiales : <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/congresos-y-convenciones/cartagena-de-indias/infraestructura-hotelera>

3. LA INFRAESTRUCTURA TIC Y LA CONECTIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO EN COLOMBIA

Para hablar sobre el comercio electrónico basado en internet en los hoteles de Cartagena de indias, se propone primero mirar que está sucediendo en la industria de la hotelería de Colombia, la infraestructura TIC y la conectividad del sector hotelero, para esto tenemos disponible el *Informe Final De Prospectiva Para La Industria De La Hotelería En Colombia 2010*¹¹ realizado por Fedesarrollo en el cual se resalta que las inversiones en tecnología están entre los principales factores que conducen a mejorar la eficiencia del sector hotelero, en la medida en que reducen los costos de operación y agilizan las transacciones, entre otros resultados. Por esta vía se pueden generar incrementos sostenidos de la demanda y mayores márgenes de utilidad.

En promedio el 56% del total de hoteles reportado por el RNT (Registro Nacional de Turismo), respondió no utilizar computadores en su operación. En contraste, 43% si utiliza computadores en su operación y 77% de estos últimos utiliza internet, como se aprecia en el siguiente grafico.



Fuente: Registro Nacional De Turismo – Cálculos Fedesarrollo

¹¹ Colombia, Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (**Fedesarrollo**). (2010). Para La Asociación Hotelera De Colombia (Cotelco) *Estudio De Prospectiva Para La Industria De La Hotelería*. Bogotá: Jorge Humberto Botero, Sandra Zuluaga y Carolina Camacho

3.1 Disponibilidad Y Uso De Las Páginas Web En Los Hoteles De Cartagena.

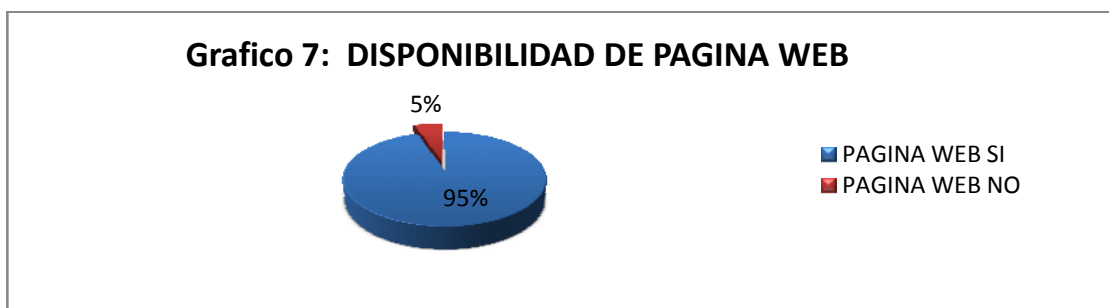
En la guía de viajes oficiales de Proexport Colombia se encuentran enlistados (96) hoteles, de los cuales a través de una búsqueda intensiva en la red mediante el buscador *Google*, se verifico si poseían portales Web propios, se comprobó que el 94.8% de las empresas del sector hotelero disponen de página web, esto quiere decir en cifras que 91 hoteles poseen esta herramienta, resultado que supera porcentaje nacional de 43% de hoteles que utiliza internet en sus operaciones. La importancia de tener una dirección virtual para los hoteles como ya se ha planteado antes es que estos pueden generar incrementos sostenidos de la demanda y mayores márgenes de utilidad. Además siendo Cartagena la segunda ciudad de destino turístico para los turistas extranjeros y la tercera en ocupación hotelera a nivel nacional los hoteles no pueden prescindir de esta herramienta en el despliegue de su oferta para así mantener su posición en el mercado nacional y extranjero.

En la siguiente tabla se muestra el resultado obtenido de la investigación:

Tabla 4: Total hoteles con página web.

MUESTRA DE HOTELES	PAGINA WEB	
	SI	NO
96	91	5
	94,8%	5,2%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Además se analizó cada hotel y su correspondiente página web para identificar las características y las facilidades que permiten realizar las ventas por internet a través de sus sitios web.

Se observó que los principales usos de la página web por parte de las empresas hoteleras son:

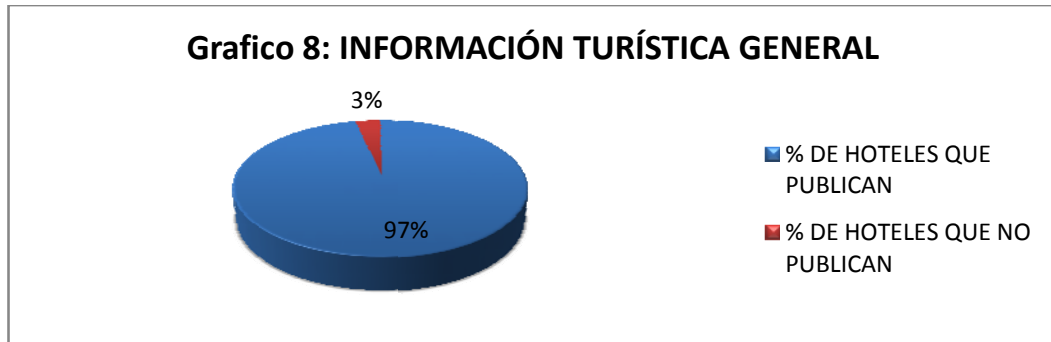
- Información turística general de la ciudad destino.
- Sistema de reserva y pagos.
- Facilidad de acceso a catálogos de productos como habitaciones y listas de tarifas.
- Personalización del site para clientes habituales.

En la siguiente tabla se resume los resultados encontrados para los 91 hoteles que tienen página web y sus facilitadores a la venta por internet:

Tabla 5: FACILITADORES PUBLICADOS A LA VENTA POR INTERNET		
FACILITADOS	% DE HOTELES QUE PUBLICAN	% DE HOTELES QUE NO PUBLICAN
INFORMACIÓN TURÍSTICA GENERAL	96,7%	3,3%
MOTOR DE RESERVAS	97,8%	1,1%
TARIFAS	70,3%	29,7%
SISTEMAS DE PAGO	90,1%	8,8%
FOTOS	93,8%	1,0%
TEXTOS	92,7%	2,1%
MAPAS	82,3%	12,5%
VIDEOS	11,5%	83,3%

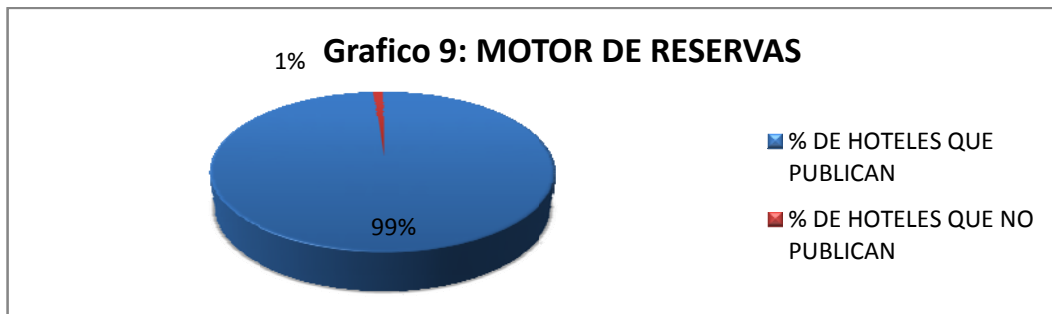
Fuente: Elaboración propia.

El 96,7% de los hoteles publican información las atracciones turísticas de Cartagena a través de fotos, videos, mapas y texto, proyectando así el potencial turístico como el patrimonio, playas, sector amurallado, la infraestructura colonial, la gastronomía etc.



Fuente: Elaboración propia.

El 97,8% de los hoteles poseen motor de reserva para sus habitaciones, lo que se traduce en una ventaja en cuanto a rapidez y economía en la comunicación. Además los clientes de cualquier parte del mundo pueden acceder a esta información y realizar la reserva de acuerdo a las condiciones y necesidades propias.




Fuente: Elaboración propia.

Por ejemplo, el motor de reservas del *Agua Hotel Boutique*, tiene un formulario detallado y sencillo de reserva donde el cliente puede seleccionar:

- Acondicionamiento: sencilla, doble, barú.
- Número de personas : 1-10
- Numero de noches: ilimitado.
- Tipo de habitación: suit duplex, suit doble y barú bungalows.
- Fecha de llegada: calendario completo.

Para ilustración se reproduce la web del *Agua Hotel Boutique*:



The image shows a screenshot of the Agua Hotel Boutique website's reservation page. The header features the 'AGUA' logo and navigation links: 'QUIÉNES SOMOS', 'ALOJAMIENTO', 'SERVICIOS', 'RESERVAS', 'GALERÍA DE FOTOS', and 'CONTÁCTENOS'. A secondary header for 'AGUA BARÚ' includes a 'TARIFAS' link. The main content area is titled 'Reservas' and includes a 'Volver a Barú' button. A central instruction reads: 'Por favor llene completamente el siguiente formulario y luego haga click en Continuar.' The form fields are: 'Acomodación' (dropdown menu), 'Número de Personas' (1 selected, with '(2 pers x hab.)' note), 'Número de Noches' (1 selected), 'Tipo de Habitación' (dropdown menu), 'Fecha de Llegada' (Day, Month, and Year dropdowns), and 'Comentarios o Inquietudes' (text area). A 'Continuar' button is at the bottom of the form. On the left, there is an 'AWARDS' ribbon icon. On the right, a photograph shows a room interior with a window and a lamp.

Figura 1: Sitio web www.hotelagua.com.co/espanol/reservas-data.php

Posteriormente el cliente debe llenar un formulario con sus datos y hacer clic en enviar, al hacer esto la información se envía, el cliente debe esperar que uno de sus representantes lo contacte vía correo electrónico para enviar la cotización según sus necesidades.

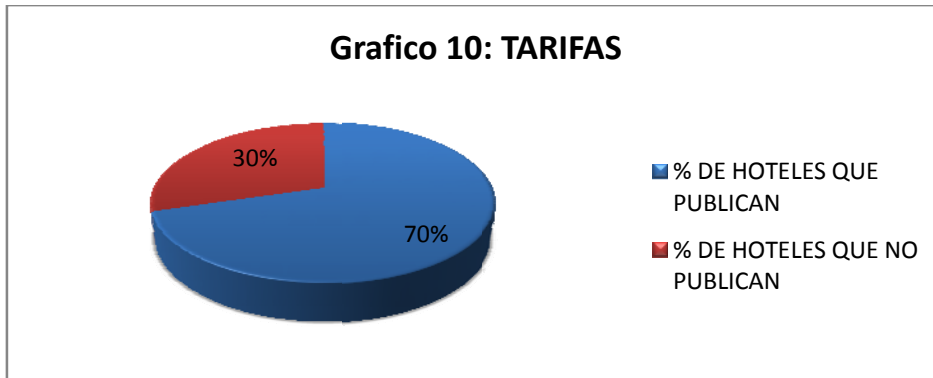
El 70% de los 91 hoteles analizados publica sus tarifas, la gran mayoría de estos lo hacen en pesos colombianos (COP) y en dólares (US). Siguiendo el ejemplo, el *Agua Hotel Boutique* en el momento de la reservación se encuentra publicados los precios al final del formulario de reserva, de la siguiente forma:

Tarifas aproximadas:

Agua Cartagena entre U\$340 y U\$390 aprox.

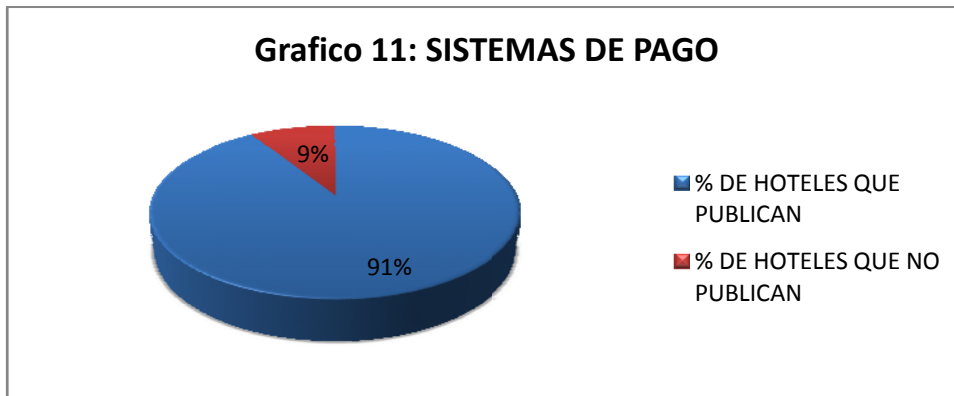
Agua Barú entre U\$420 y U\$450 aprox.

Los precios están sujetos a la tasa representativa del mercado (TRM)



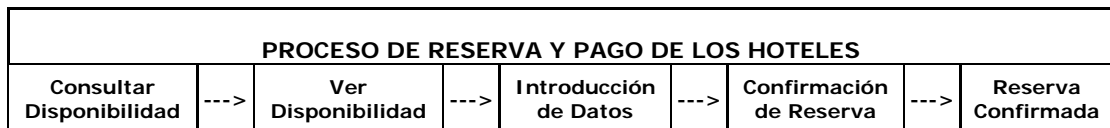
Fuente: Elaboración propia.

El 91% de los hoteles analizados posee método de pago online:



Fuente: Elaboración propia

El proceso general de reserva y pagos de los hoteles en Cartagena se ilustra a continuación:



El hotel envía un mail con el recibo para el pago. En el caso de las reservas en línea, el *acuse de recibo*¹² por correo electrónico reúne los datos de la oferta contratada, el precio, las condiciones de venta que afectan a la tarifa seleccionada, la información relativa al servicio postventa y a las garantías comerciales, así como el domicilio del establecimiento del vendedor en el que el cliente podrá presentar reclamaciones.

Otra característica general a destacar son los pagos online, los cuales son protegidos por los hoteles y solo se accede a este paso después de haber hecho la reserva, para estos pagos las Tarjetas aceptadas son en su mayoría: » Visa» American Express» MasterCard» EC» Diners Club.

¹² Nota: Acuse de recibo se define como mensaje de correo electrónico que envía el hotel al cliente y que incluye la reserva solicitada por el cliente y la confirmación de la recepción por parte de este.

4. LA GESTIÓN DE OPERACIONES DE LOS HOTELES Y BRECHAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO FRENTE COMPETIDORES NACIONALES Y EXTRANJEROS

4.1 La Gestión De Operaciones De Los Hoteles

El comercio electrónico crea espacio para que se dé una personalización del producto y servicio al cliente gracias a la flexibilidad y rapidez con que se pueden transmitir las información a través de las nuevas tecnologías que lo respalda. Respecto a las áreas funcionales de los hoteles como organizaciones, el uso de estas tecnologías trae consigo efectos beneficiosos sobre sus dichas áreas. En el siguiente cuadro se describe estos efectos en el contexto de las empresas turísticas como son los hoteles:

ÁREA FUNCIONAL	APLICACIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO
Marketing	Promoción del producto y servicios. Nuevos canales directos de venta. Reservas por internet. Ahorros de costos administrativos y de comunicación. Información disponible al cliente no condicionado al tiempo o espacio.	B2b, B2C, motor de reservas por internet, web site del hotel.
Diseño Del Servicio Y Producto	Investigación de mercado. Diseño personalizado del servicio y productos.	Internet para el intercambio de datos de la información.
Ventas Y Distribución	Ventas por internet Reducción de costos y comisiones. Mayor elección y flexibilidad al cliente. Mayor comodidad para que el cliente compre el servicio sin desplazarse.	Transferencia electrónica de fondos. Punto de venta online.
Producción.	Planificación y control de calidad Gestión de inventarios.	B2B.

Fuente: Elaboración propia

4.1.1 Brecha De Comercio Electrónico En Colombia Y Los Hoteles Cartageneros.

En términos de comercio electrónico la Ciudad de Cartagena, muestra un avance muy importante en cuanto a la implementación de portales Web, y la calidad y claridad de la información publicadas en ellas; de los 96 hoteles utilizados para la ejecución de este estudio, como se muestra en la tabla el 94.8 por ciento cuenta con página web propia mientras que solo el 5.2 restante no tiene, tabla podemos observar las facilidades que generan dichos hoteles para los clientes, y el plus o valor agregado que perciben los turistas, recordemos que el Turismo se ha convertido en un producto de información y cuya confianza se genera a través de las páginas web.

El crecimiento del E-commerce en Colombia, y en especial E-Tourims, ha obligado a los Hoteles en toda la extensión del sector turístico de la Ciudad de Cartagena a afrontar el reto de incorporar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y comercialización con el objetivo de fortalecer la competitividad tanto a nivel local como nacional e internacional.

El turismo en Colombia y a nivel internacional, en el contexto de la globalización de los mercados mundiales, es junto al sector tecnológico el de mayor crecimiento, esta tendencia representa una gran oportunidad para el desarrollo hotelero en Cartagena, a pesar que competidores extranjeros como Brasil y Chile , nos llevan cierta ventaja en los costes de las transacciones en línea y tecnificación del Sector Turístico, Cartagena en conjunto con las regiones turísticas de Colombia, va creciendo de una forma más lenta pero segura, tanto en el desarrollo del talento humano en campos como el Tecnológico y el Turístico, y en la implementación de plataformas tecnológicas que facilitan y hacen agradable la experiencia consumidor on-line.

Países como Brasil y Chile crecen a un ritmo acelerado en términos de e-commerce, se espera que en dichos países un crecimiento sobre 100 por ciento de los pagos on-line, mientras que Colombia según el último estudio de la Red de emprendimiento virtual va a crecer a un ritmo del 10 por ciento anual, lo que no es nada malo, pero nos hace ver muy regulares frente a Brasil y Chile, uno de los grandes problemas es que Colombia

no posee una cultura digital solida, lo cual no permite fortalecer grandemente estos mercados electrónicos, a pesar de que se ha mejorado la cobertura aun el internet posee un potencial limitado, ya que se debe mejorar los anchos de banda para explotar y dar un acceso más adecuada las personas en este caso a los turistas.

5. CONCLUSIONES

Podemos concluir tras lo expuesto a nivel general y tras el análisis más concreto realizado acerca del comercio electrónico basado en internet y el sector hotelero de la ciudad de CARTAGENA DE INDIAS D.T. y C. que:

- El E-Commerce basado en internet, se ha convertido en una herramienta tecnológica que ha facilitado la expansión y la interacción de la relación oferta-demanda dentro de las Economías, tanto Locales, Regionales, Nacionales e internacionales, y cuya tendencia se espera que siga en aumento para los próximos años, lo que con llevara a un incremento en la competitividad de las organizaciones y la oferta de bienes y servicios de mejor calidad.
- El E-commerce en el sector turístico a nivel mundial, ha ido creciendo y consolidándose en las últimas décadas, a tal punto que se ha ido arraigando como uno de los principales sectores del comercio internacional, gracias a la implementación nuevos sistemas de gestión como *Word Wide Web* , que permiten a los consumidores conocer con mayor precisión los destinos turísticos hacia donde se van a dirigir todo esto generado por la confianza y la claridad en la información publicada en dichos portales por los Hoteles.
- A pesar de los esfuerzo por aumentar el número de computadores en el país y vincularlos con accesos a Internet de alta velocidad y la penetración de tarjetas de crédito en Colombia, el comercio electrónico ha crecido poco en comparación con las principales líderes de América latina en este tema, Brasil, Chile, México y Venezuela.

- Los indicadores arrojados de la investigación realizada nos dicen ciertamente que el 94.8 % de los 96 hoteles tomados como muestra disponen de un portal web, lo que supera en cifras el porcentaje nacional de hoteles que utiliza internet en sus operaciones que es del 43%, esto nos sugiere que la Ciudad de Cartagena ha ido creciendo en la implementación de herramientas tecnológicas como el internet, que a su vez le ha permitido ganar una mayor posición competitiva tanto en el mercado nacional como internacional, debido a que pueden captar y ganar mayores clientes a través de la redes, vinculándose así a la nueva era del E-Tourims.
- En el Sector Turístico ha quedado demostrado que el E-Commerce reduce Costos, en términos de precio y aumenta en cierta manera las posibilidades de elección de los clientes, además que facilita la búsqueda de información en lugares que son de difícil acceso para los consumidores permitiéndoles así tomar decisiones en lapsos de tiempo que en épocas muy recientes habrían sido consideradas inconcebibles.

6. BIBLIOGRAFÍA

Botero. J, Zuloaga. S, y Camacho. (2010). Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (FEDESARROLLO). Estudio De Prospectiva Para La Industria De La Hotelería. Bogotá.

Congreso de Colombia. (1999).Legislación Nacional de Colombia Ley N° 527 Comercio Electrónico, Cap. 1- Art. 2. [Versión electrónica] Disponible en Sistema De Información Sobre Comercio Exterior: URL:<http://www.sice.oas.org/ecom/legislation/col2.asp>

De Águila, A.R. (2001).Comercio Electrónico Y Estrategia Empresarial Hacia La Economía Digital, (P. 61). Madrid: Alfaomega Grupo Editor.

Garau. J, Sintes. F. (2003). Uso De Internet En La Oferta De Alojamiento Turístico En Destinos Turísticos Tradicionales Hacia Un Modelo Explicativo. [Versión electrónica]. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears

María Aguilera y Luis Galvis*. (1999) “Determinantes De La Demanda Por Turismo Hacia Cartagena, 1987-1998” *Economistas del departamento de estudios económico del Banco De La República. Cartagena.

OMC.(1999). “Estudio especial de la OMC sobre el comercio electrónico”. Disponible en URL: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm. Organización Mundial Del Turismo. Ginebra.

Proexport Colombia. Guía De Viajes Oficiales: <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/congresos-y-convenciones/cartagena-de-indias/infraestructura-hotelera>

Rayport. J, y Jaworsky. B. (2003). E- Commerce. (p. 6, 7). México: Mac Graw Hill.

VISA América Economía. (2010). Estudio de comercio electrónico en América Latina. [Versión electrónica] disponible en URL: <http://www.einstituto.org/?p=862>. Edit. América Economía Intelligence.

VISA América Economía. (2010). Estudio Regional de Comercio Electrónico América Economía 2010: La Fuerza Del E-Commerce. (Informe 1). [Versión electrónica]. Buenos aires: Aldúnate. F.

Anexo 1. Resultado de la Investigación

	HOTEL	WEB	PAGINA WEB
1	Agua Hotel Boutique	http://www.hotelagua.com.co	Si
2	Aguamarina Hotel Boutique	http://www.aguamarinahotel.com/	Si
3	Alfiz Hotel	http://www.alfizhotel.com/	Si
4	Américas Global Resort	www.hotellasamericas.com.co	Si
5	Anandá Hotel Boutique	http://www.anandacartagena.com	Si
6	Arsenal Hotel	http://www.arsenalhotel.com	Si
7	Arzobispado Hotel Boutique	http://www.hotelcasadelarzobispado.com/	Si
8	Bantú Hotel & Lifestyle	http://www.bantuhotel.com/	Si
9	Boutique Hotel Casa Quero	http://hotelcasaquero.com/	Si
10	Boutique Hotel Casa Sweety	http://www.casasweety.com/es/welcome.html	Si
11	Capilla del Mar Hotel	www.hotelcapilladelmar.com	Si
12	Casa Boutique Veranera	http://www.casaveranera.com/	Si
13	Casa Canabal Hotel Boutique	http://casacanabahlhotel.com/	Si
14	Casa Catalina Real	http://www.catalinareal.com/	Si
15	Casa Claver Loft Boutique	http://www.casaclaver.com/	Si
16	Casa El Candil de los Santos	http://www.elcandildelossantos.com/	Si
17	Casa India Catalina	www.hotelcasaindiacatalina.com	Si
18	Casa La Fe	http://www.casalafe.com/	Si
19	Casa Portal de Getsemaní		No
20	Casa Tatis Boutique hotel	http://www.casatatis.com/	Si
21	Centro Hotel	http://www.centrohotelcartagena.net/	Si
22	Delirio Hotel	http://www.deliriohotel.com/	Si
23	El Marqués Hotel Boutique	http://www.elmarqueshotelboutique.com/index.php	Si
24	El Viajero Hotel	http://www.hotelesviajero.com/home.htm	Si
25	Hostal Arrecifes	http://www.cartagenahostalarrecifes.com/	Si
26	Hostal Calamar	http://www.hostalcalamar.com/home.html	Si
27	Hotel - Hostal Santo Domingo		No
28	Hotel 3 Banderas	http://www.hotel3banderas.com/	Si

	HOTEL	WEB	PAGINA WEB
29	Hotel Almirante Cartagena Estelar	www.hotelesestelar.com	Si
30	Hotel Altamar Cartagena	http://www.hotelaltamar.com/	Si
31	Hotel Artur-Mar		No
32	Hotel Astra Suite 427	http://www.hotelastra427.com/	Si
33	Hotel Bahía	http://www.hotelbahiacartagena.com/	Si
34	Hotel Barahona 446	http://www.hotelesbarahona.com/base_hotel.php?h=1	Si
35	Hotel Barlovento	http://www.hotelbarlovento.com/	Si
36	Hotel Bellavista	www.htbellavista.com	Si
37	Hotel Bocagrande	http://www.hotelbocagrande.com/index.php	Si
38	Hotel Bonavento Real		No
39	Hotel Boutique Casa Del Carretero	http://www.casaelcarretero.com/	Si
40	Hotel Caribe	http://www.hotelcaribe.com/	Si
41	Hotel Cartagena Premium	http://www.hotelcartagenapremium.com/home.html	Si
42	Hotel Cartagena Millenium	http://www.hotelcartagenamillennium.com/	Si
43	Hotel Cartagena Plaza	http://www.doradoplaza.com/	Si
44	Hotel Cartagena Real Av Malecon	http://hotelcartagenareal.com/contacto.html	Si
45	Hotel Casa Andrea	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
46	Hotel Casa Blanca B&B	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
47	Hotel Casa Castel	www.cartagenacastel.com	Si
48	Hotel Casa del Curato	http://www.casacurato.com/	Si
49	Hotel Casa Gloria Boutique	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
50	Hotel Casa Los Puntales	www.casalospuntales.com	Si
51	Hotel Casa Real Cartagena	http://www.hotelcasarealcartagena.com/index-3.html	Si
52	Hotel Centenario	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
53	Hotel Charlotte Cartagena	http://www.hotelescharlotte.com/cartagena/es/index.htm	Si
54	Hotel Cocoliso Isla Resort	www.cocolisoresort.com	Si
55	Hotel Costa Del Sol	www.hotelcostadelsolcartagena.com	Si
56	Hotel Crisor	http://www.hotelcrisor.com/	Si
57	Hotel Da Pietro	www.pietro.com	Si

	HOTEL	WEB	PAGINA WEB
58	Hotel Dann	http://www.hoteldanncartagena.com/home.html	Si
59	Hotel Decameron Colombia S.A.	http://www.decameron.com/esp/colombia/cartagena/overview.html	Si
60	Hotel Don Pedro de Heredia	http://www.hoteldonpedrodeherediasas.com/	Si
61	Hotel El Dorado	www.doradoplaza.com	Si
62	Hotel El Pueblito	http://www.hotelepueblito.com/	Si
63	Hotel Estelar Oceanía	http://www.hotelesestelar.com/es/	Si
64	Hotel Hilton Cartagena	www.cartagena.hilton.com	Si
65	Hotel Las Vegas	http://www.hotellasvegascartagena.com	Si
66	Hotel Lee	http://www.hoteleslee.com/	Si
67	Hotel Lemar	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
68	Hotel Le Petit	http://www.hotelepeticartagena.com/	Si
69	Hotel Los Balcones De Badillo	http://www.hotellosbalconesdebadillo.com/	Si
70	Hotel Montecarlo	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
71	Hotel Monterrey	http://www.hotelmonterrey.com.co/	Si
72	Hotel PasoFino Show Horse	http://www.hotelpasofino.com/	Si
73	Hotel Playa Club	http://www.hotelplayaclubcartagena.com/	Si
74	Hotel Playa Scondida	http://www.playascondida.com/	Si
75	Hotel Portal de San Diego	http://www.portaldesandiego.com/	Si
76	Hotel Puerta Del Oeste	http://hotelpuertadeloeste.amawebs.com/	Si
77	Hotel Puertas De Cartagena	http://www.hotelpuertasdecartagena.com/	Si
78	Hotel Quadrifolio	http://www.hotelquadrifolio.com/	Si
79	Hotel Regatta Cartagena	http://www.regattacartagena.com/	Si
80	Hotel San Felipe	http://www.doradoplaza.com/san_felipe/index_san.html	Si
81	Hotel San Martin	http://www.hotelsanmartincartagena.com/index.htm	Si
82	Hotel Santa Clara S.A.	http://www.sofitel.com/	Si
83	Hotel Santa Cruz	http://www.hotelsantacruzcartagena.com/	Si
84	Hotel Sol Naciente	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
85	Hotel Sport Barú	http://www.sportbaru.com/	Si
86	Hotel Toledo	http://www.hoteltoledocartagena.com/	Si

	HOTEL	WEB	PAGINA WEB
87	Hotel Zaguán de la Huerta	http://www.zaguandelaHuertahotel.com/	Si
88	Hotel Zalmedina	www.zalmedinahotel.com	Si
89	Isla Visión Hotel Beach Resort	http://www.visionresort.com/	Si
90	La Casa de Las Palmas	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
91	La Merced Hotel Boutique	http://www.lamercedhotel.com/	Si
92	San Diego 974 Suite	http://www.sandiego974suites.com/	Si
93	San Roque Hostal Cartagena		No
94	Swiissresidial Boutique Hotel	http://www.swisspective.com/	Si
95	Tom Suites	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si
96	Travelers Orange Cartagena	INFORMACIÓN EN GUÍAS LOCALES DE LA CIUDAD	Si

