

# Impacto de las TIC en la Productividad y Competitividad de las Agencias de Viaje en Santander, Colombia

Investigación Terminada  
Universidad Autónoma de Bucaramanga

Andrea Natalia González Ruiz  
Facultad de Administración de Empresas  
[agonzalez80@unab.edu.co](mailto:agonzalez80@unab.edu.co)

Miguel Ángel Valencia Tarazona  
Facultad de Administración de Empresas  
[mvalencia70@unab.edu.co](mailto:mvalencia70@unab.edu.co)

## RESUMEN:

La implementación de TIC en las agencias de viaje es inminentemente casi una obligación. Esta investigación evalúa el impacto del uso de las TIC en la productividad y la competitividad de las Agencias de Viaje en Bucaramanga, por medio de la aplicación de una encuesta a las agencias de viaje más representativas de la ciudad, escogidas de acuerdo al nivel de ingreso. De acuerdo a la aplicación de la encuesta se pudo evidenciar que la herramienta esencial en una agencia es el internet, por medio del cual hacen uso del correo electrónico y pagina web. Se encontró que las agencias no aprovechan el potencial de las redes sociales ya que solo un poco más de 50% las utilizan. También para las agencias de viaje es esencial el uso de software especializado como SABRE, por medio del cual realizan reservaciones. Las agencias también manifestaron que percibieron incrementos en sus ingresos gracias al uso de TIC. Así mismo se encontró que estas empresas están conscientes de la importancia del uso de TIC en sus operaciones pero aun así no todas las utilizan de manera óptima.

**PALABRAS CLAVE:** Agencia de Viaje, Competitividad, Productividad, TIC, internet.

**TITLE:** RELATION OF ICT WITH PRODUCTIVITY AND COMPETITIVENESS OF TRAVEL AGENCIES IN SANTANDER

**ABSTRACT:** The implementation of ICT in travel agencies is almost an obligation. This research evaluates the impact of ICT on productivity and competitiveness of Travel agencies in Bucaramanga, through the application of a survey of the most representative travel agencies of the city, chosen according to the income level. According to the implementation of the survey, it became clear that the essential tool for a travel agency is the internet, through which make use of email and website. .

It was found that travel agencies do not exploit the potential of social networks, as only a little more than 50% use them. Also for travel agencies is essential to use specialized software such as SABRE, through which made reservations. The agencies also said they saw increases in income by the use of ICT. It was also found that these companies are aware of the importance of using ICT in their operations but still not all used it optimally.

**KEYWORDS:** Travel agency, competitiveness, productivity, ICT, internet

## INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado y voraz empresarialmente como el de hoy, donde las empresas más grandes se ganan una porción mayor de mercado dejando a un lado empresas sin mucha experiencia, o viceversa, cuando una empresa inicia sus operaciones con gran eficiencia y escala y se posiciona, las tecnologías y gestiones que esta organización implemente son vitales para su supervivencia y su expansión. Las Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), usadas de manera eficaz pueden catapultar una empresa a competir en grandes ligas con corporaciones multinacionales.

En primera instancia es importante reconocer cual es el significado de TIC. Las TIC son las tecnologías de información y comunicación, significado bastante arraigado a la informática, que según la Real Academia Española es el conjunto de conocimientos científicos y técnicas que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio de ordenadores. En las tecnologías de información y comunicación podemos incluir la telefonía local y móvil, la televisión, el uso de internet, y el uso de artefactos como el teléfono móvil el cual agrupa varias funcionalidades<sup>[7]</sup>.

En el medio empresarial las TIC más usadas son el correo electrónico, banca online, página web corporativa, e-commerce, los cuales son servicios tecnológicos que permiten a la empresa mantener un constante contacto con el usuario y viceversa.

Europa tiene un modelo innovador en la inclusión de TIC en muchas de sus operaciones, este programa se llama eEurope. El e-gobierno es una de ellas, por medio del cual los ciudadanos pueden realizar trámites y recibir información acerca de servicios públicos, pago de impuestos y beneficios de seguridad social. El e-health plantea una mayor interrelación entre paciente-medico-gestor, y el agilamiento de trámites. El e-learning es la forma virtual de enseñanza, donde alumno y profesor se interrelacionan y comparten conocimientos vía

---

[7] Para mayor información consultar ([http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas\\_de\\_la\\_informaci%C3%B3n\\_y\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n))

internet. El e-business incluye tanto el comercio electrónico como la reestructuración de los procesos empresariales [8].

El Internet es considerado como uno de los elementos más relevantes de las TIC en el sector turístico, ya que está introduciendo importantes modificaciones en el ámbito de comercialización, distribución y venta de bienes y servicios, permitiendo así que las agencias de viaje tengan una relación directa con sus clientes, proporcionando información sobre promociones, planes, descuentos, etc.; lo cual es crucial en la toma de decisiones, pudiendo incidir directamente en la elección y compra del producto o servicio por parte del cliente [9].

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo evaluar el impacto del uso de las TIC en la productividad y la competitividad de las Agencias de Viaje Santandereanas. Se encontraron antecedentes a nivel internacional, en países como España, Arabia Saudita, Republica Checa, Perú y México, en donde el sector financiero es uno de los que más invierte en TIC, buscando sistemas de inteligencia empresarial, los cuales son estrategias enfocadas a la administración y creación de conocimiento sobre el entorno a través del análisis de datos existentes de la empresa. El email y el internet son las dos herramientas TIC más utilizadas en estos países, las cuales han favorecido al desarrollo económico, social y cultural del cada uno de ellos. A nivel nacional, se encontró que un 86.94% de empresas Colombianas mantienen su información digitalizada y procesada para los diferentes departamentos existentes en la misma; producción, pedidos, ventas, servicio al cliente, gestión humana y finanzas; según un estudio del DANE en el año 2012 [4] Duarte. J, 2009. La banca es quien tiene una mayor proporción de uso de TIC con un 14.29%, seguido de las telecomunicaciones con un 10.31% y finalmente la industria con un 6.6%. [5] Alderete. M, 2012.

Para este trabajo de investigación, se utilizó una metodología descriptiva, con un enfoque cuantitativo, pues se recolectaron datos e información de las Agencias de Viajes seleccionadas en la ciudad de Bucaramanga, Santander, que para este caso fueron 9 agencias, las cuales son las más representativas del sector de acuerdo a su nivel de ingresos según los datos de Benchmark. Posteriormente se realizó un análisis y medición de los mismos. Los resultados arrojaron que el 100% de las agencias encuestadas hacen uso de internet, siendo esta la herramienta TIC más importante y significativa, ya que por medio de ella se logran comunicar vía email, mantienen un contacto directo con sus clientes y posteriormente pueden realizar publicidad y marketing. Se obtuvo que el 78% de las agencias encuestadas tienen página web, lo cual significa que la mayoría utiliza esta herramienta para promocionar sus planes, darse a conocer al público y prestar servicio al cliente. Sin embargo solo un 56%, hace uso de redes sociales como facebook, y esto indica que un

Gran porcentaje restante de las agencias está desaprovechando este medio gratuito para llegar a más usuarios y abarcar un mercado más grande.

[2] Para mayor información consultar ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/12\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/12_es.htm))

[3] Para mayor información consultar (<http://www.turismotour.com/internet-y-turismo-el-impacto-de-las-tic/>)

La encuesta mostró que un 89% de los encuestados utilizan un software para realizar algún tipo de proceso dentro de la agencia; ya sea para reservas de tickets, llevar la contabilidad, etc. Un dato significativo, fue que el 100% de las agencias encuestadas consideran que las TIC si son de gran importancia para ser más productivos y competitivos en el sector turístico y poder mantenerse en el mercado global. De esta manera se logró evaluar los factores que las agencias de viaje consideran más importantes al implementar TIC. Se obtuvo que el uso de las tecnologías de información y comunicación, mejora la calidad en los servicios, permite la captación de nuevos clientes, reduce costos, les ayuda a ser más competitivos y les permite lograr una expansión del mercado por medio de la captación de nuevos clientes. En conclusión, gracias al uso e implementación adecuada de las herramientas TIC, el 89% de las agencias encuestadas han logrado incrementar las ventas de productos y servicios, demostrando que son más productivas, razón por la cual hoy en día consideran que las TIC son un medio esencial para poder operar y prestar un servicio de calidad, ya que si los clientes están satisfechos van adquirir más planes y los ingresos van a aumentar significativamente.

AGENCIA DE VIAJES	VENTAS 2012 Millones de Pesos	TAMAÑO
Horizontes Ltda.	1060	19,3%
Santandereana de turismo L'alianxa.	3323	60,4%
Aviatur.		
Otur Ltda.	99	1,8%
Avila tour Ltda.	182	3,3%
Galvis tour Ltda.	522	9,5%
Servincludidos Ltda.		
Travesías.		
Santandereana de viajes Ltda.	320	5,8%
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>5506</b>	

## METODOLOGIA

Se utilizó una metodología descriptiva, con un enfoque cuantitativo, ya que se recolectaron datos e información de las Agencias de Viajes seleccionadas en la ciudad de Bucaramanga, Santander, y posteriormente se realizó un análisis y medición de los mismos.

“La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” [6] Hernández *et al.* 2003, p. 119.

Así mismo, este trabajo tiene un enfoque cuantitativo, ya que se hizo necesario para poder analizar los resultados de las encuestas que se aplicaron en las Agencias de Viajes seleccionadas de la ciudad de Bucaramanga, Santander.

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población” [7] Hernández *et al.* 2003, p. 5.

### 2.1 Datos y variables

La muestra seleccionada se tomó a partir de los datos de Benchmark, teniendo en cuenta el nivel de ingresos de las

Agencias de Viaje de Bucaramanga. La tabla 1 muestra las 9 agencias más representativas del sector:

Tabla 1. Ingresos año 2012 millones de pesos

Fuente: Construcción propia a partir de los datos de Benchmark.

Las variables a calificar son:

**Número de computadores:** Es indispensable conocer si la agencia de viajes cuenta con una herramienta importante como lo son los computadores para poder operar, ya que a través de estos, se agilizan actividades, se reducen tiempos y costos y adicionalmente la información de la empresa esta digitalizada y procesada.

**Número de empleados:** Es necesario conocer el tamaño de la empresa de acuerdo al número de personas que trabajan en ella, para determinar si es pequeña, mediana o grande empresa.

**Uso de internet:** Es una de las variables más importantes, ya que el internet es la TIC más utilizada en este sector y a través de esta se llevan a cabo varias actividades.

**Uso de página web:** Es necesario saber si la agencia de viajes se da a conocer a través de una página web, en donde puede tener relación directa con sus clientes, puede ofrecer productos y servicios y mantener actualizada su información.

**Uso de correo electrónico:** Es vital para una empresa y en este caso para las agencias de viaje, mantener una comunicación interna a través del correo electrónico y a su vez mantener una comunicación directa con sus clientes, ya que este medio brinda beneficios como avisos de reuniones, fechas importantes, enviar cotizaciones, enviar o recibir facturas, entre otros. Por esta razón consideramos que es una variable importante a evaluar.

**Uso de redes sociales:** Hoy en día las redes sociales son uno de los medios más visitados por los usuarios, en donde las empresas deben aprovechar los múltiples beneficios que estos ofrecen y sobre todo que son un medio gratuito y no le genera gastos a la organización.

Se considera una variable importante, ya que por medio de las redes sociales las agencias de viajes pueden [8]:

- Proyectar una imagen positiva y cercana de la marca, productos y servicios.
- Ofrecer soporte, información y atención al cliente.
- Establecer y fortalecer relaciones y sinergias con proveedores, clientes y, por qué no, con la competencia.
- Recibir feedback. Información de primera mano, de los usuarios de los productos y servicios de la misma.
- Gestionar críticas y problemas que puedan surgir.
- Difundir información relevante del sector en el que se desenvuelven.
- Definirse como referentes en el campo de actividad.
- Mejorar el posicionamiento de la web o tienda online en Google y otros buscadores.

**Uso de software:** Uno de los factores que desde siempre han sido claves para toda empresa, es el proceso de toma de decisiones basado en una adecuada administración de la información. Hoy en día, el elemento diferenciador entre

empresas supervivientes y sobrevivientes, radica en el aprovechamiento de los recursos que la tecnología ofrece, y la manera en que dichos recursos son explotados por cada una de las organizaciones, todos ellos relacionados con la manipulación de datos para proveer información clara, precisa y confiable que sea utilizada para la toma de decisiones oportuna y acertada.

Es por ello que el uso y la implementación de un software en las agencias de viaje es fundamental para que pueda ser competitiva en el sector [9].

## RESULTADOS

Tabla 2. Promedio de empleados, computadores y su uso

VARIABLES	PROMEDIO
Empleados de la Agencia	15
Número de computadores de la Agencia	14
Número de empleados que utilizan PC	13

Se realizó un promedio, teniendo en cuenta el número de empleados de las 9 agencias encuestadas el cual fue de 15. También se promedió el número de computadores que posee una agencia de viajes en Bucaramanga, y el número de empleados que utilizan los computadores de la agencia cuyo resultado fue 13.

Tabla 3. Manejo de TIC en la Agencias de viajes

VARIABLES	SI	NO
Agencias que utilizan internet	100%	0%
Agencias que poseen página web	78%	22%
Agencias que usan redes sociales	56%	44%
Uso de software en agencias de viaje	89%	11%
Las Agencias consideran que las TIC son de gran importancia para ser más productiva y competitiva en el sector	100%	0%
Las Agencias de viaje cuentan con capacitación en TIC	78%	22%
La Agencia de viaje aumenta sus ingresos gracias a la implementación de TIC	89%	11%

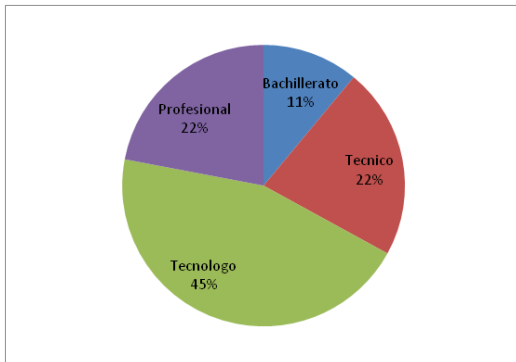
Se obtuvo que el 100% de las agencias encuestadas utilizan internet en sus operaciones, destacándose este como una de las TIC más utilizadas en el sector turístico. Un 78% de las agencias de viaje encuestadas si cuenta con página web. También se obtuvo que un 56% de las agencias de viaje encuestadas, hace uso de las redes sociales, sin embargo un 44% no las utiliza lo cual quiere decir que gran parte de estas agencias están desaprovechando un recurso gratuito, con el cual pueden llegar a

[8] Para mayor información consultar: <http://www.unizar.es/centros/eueeh/master/CASALOetalt.pdf>

[9] Para mayor información consultar: <http://www.gestiopolis.com/canales2/gerencia/1/ddsluisart.htm>

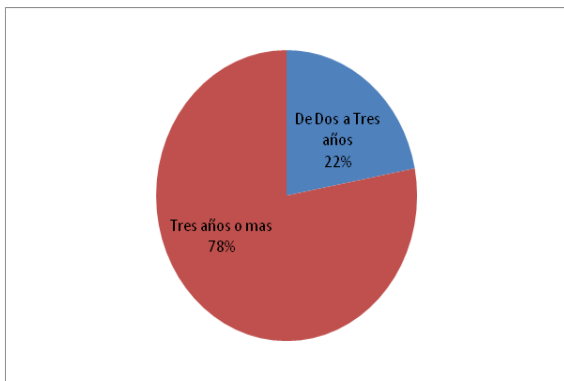
abarcar un mercado más grande. El 89% de las agencias encuestadas utilizan un software para realizar algún tipo de proceso; ya sea para reservas de tickets, llevar la contabilidad, etc. El 100% de las agencias de viaje encuestadas, consideran que las TIC si son de gran importancia para ser más productivos y competitivos en el sector turístico y poder mantenerse en el mercado global. Se obtuvo que un 78% de las agencias de viaje encuestadas, cuenta con programas de capacitación en TIC, lo cual permite que la empresa sea más competitiva, dado que los empleados van a manejar con mayor rapidez las nuevas tecnologías, reduciendo así los tiempos y a su vez prestando un mejor servicio a los clientes. El 89% de las agencias de viaje encuestadas, afirma que el uso de las TIC si ha incrementado las ventas de productos y servicios, por lo cual hoy en día son un medio esencial para poder operar y prestar un servicio de calidad, ya que si los clientes están satisfechos van adquirir más planes y los ingresos van a aumentar significativamente.

Figura 1. Nivel de estudio



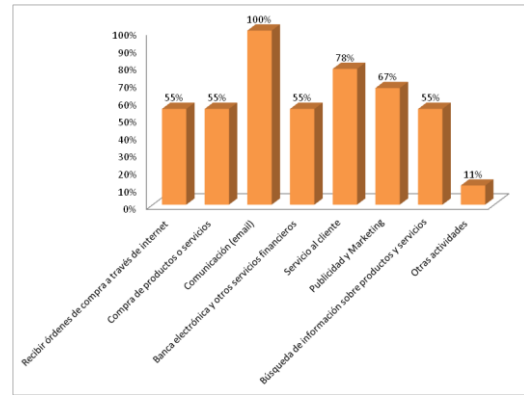
Se obtuvo que un 45% de los encuestados que trabajan en estas agencias de viaje son tecnólogos, seguido de profesionales y técnicos con un 22%.

Figura 2. Tiempo en que se renuevan los computadores en una agencia



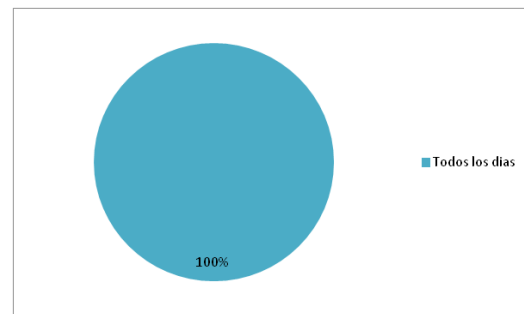
Se obtuvo que un 78% de las agencias de viajes encuestadas, renuevan sus computadores cada tres años o más dependiendo del estado de estos. Lo cual quiere decir que no invierten dinero tan seguido en la compra de esta herramienta.

Figura 3. Servicios o actividades que una agencia usa con internet



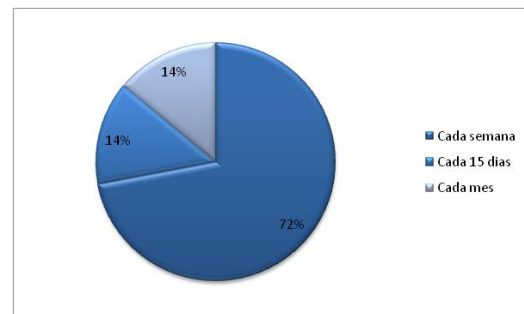
Se obtuvo que el 100% de las agencias de viajes encuestadas utilizan el internet principalmente para comunicarse vía email, para prestar servicio al cliente manteniendo el contacto con los mismos y finalmente para realizar publicidad y marketing.

Figura 4. Frecuencia con que se utilizan herramientas disponibles a través de internet como página web y correo electrónico



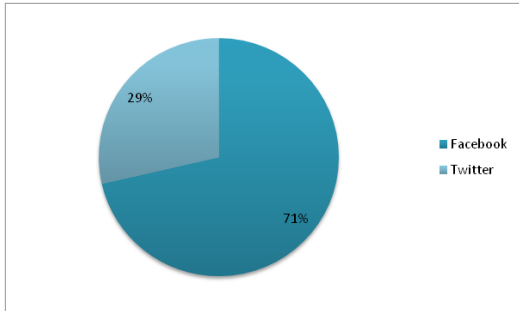
Se obtuvo que el 100% de las agencias encuestadas hacen uso todos los días de la página web y el correo electrónico a través del internet.

Figura 5. Frecuencia con que actualizan la página web



Se obtuvo que un 72% de las agencias de viaje encuestadas actualizan la página web cada semana, con el fin de mantener a la vanguardia a sus clientes y demás usuarios, respecto a los productos, planes y servicios que ofrezcan.

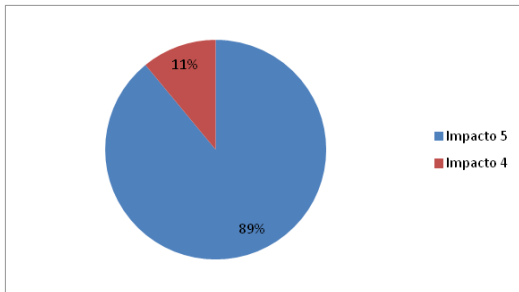
Figura 6. Redes sociales que utilizan



Se obtuvo que facebook con un 71%, es la red social más utilizada por las agencias de viajes que hacen uso óptimo de este medio.

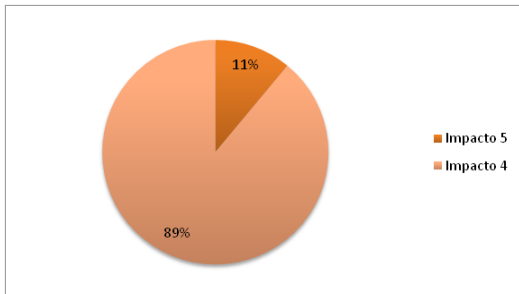
Calificación por niveles de acuerdo al impacto de la TIC en los siguientes factores (1 es el de menor impacto y 5 es el de mayor impacto)

Figura 7. Mejora la calidad en los servicios



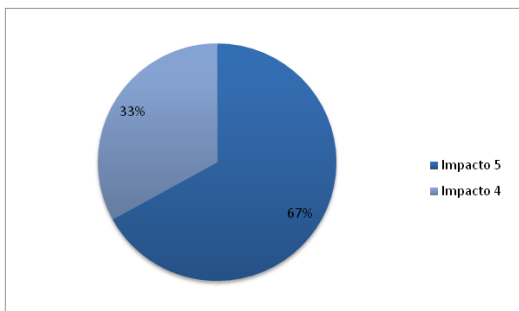
El 89% de las agencias encuestadas, considera que las TIC impacta significativamente en la mejora de la calidad en los servicios.

Figura 8. Mejora la imagen de la empresa



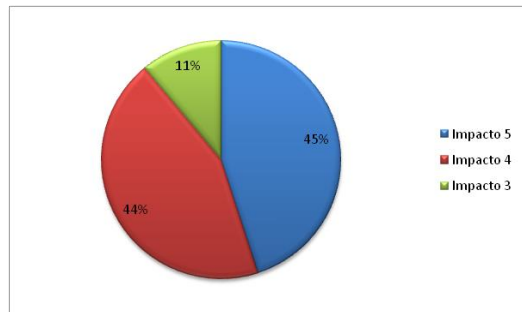
El 89% de las agencias de viaje encuestadas, consideran que las TIC impactan en menor medida en la mejora de imagen de la empresa.

Figura 9. Reduce costos



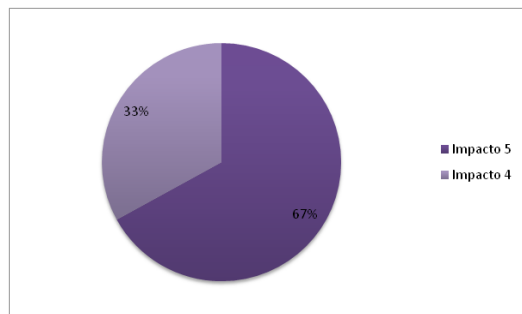
El 67% de las agencias de viaje encuestadas, afirman que el uso de las TIC reduce los costos en sus procesos y esto es un impacto significativo dentro de la empresa.

Figura 10. Captación de nuevos clientes



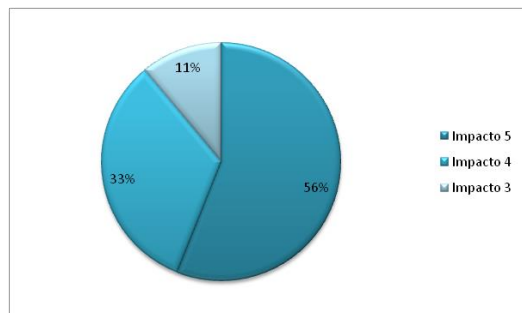
El 45% de las agencias encuestadas afirma que el uso de las TIC, tiene un gran impacto en la captación de nuevos clientes, ya que por medio de ellas se puede abarcar un mercado más grande.

Figura 11. Ser más competitivos



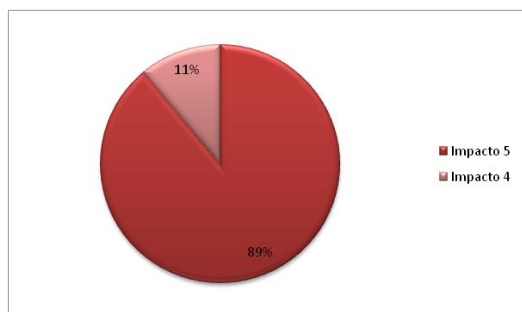
El 67% de las agencias de viaje encuestadas, afirma que el uso de las TIC en sus procesos les permite ser más competitivos en el sector turístico.

Figura 12. Expansión del mercado



El 56% de los encuestados, afirma que el uso de las TIC impacta significativamente en la expansión del mercado, dado que de esta forma pueden llegar a más usuarios y aumentar el número de clientes.

Figura 13. Mantener contacto con los clientes



El 89% de las agencias de viaje encuestadas, afirma que el uso de las TIC permite mantener un contacto directo con los clientes y eso impacta de forma significativa en la prestación del servicio a los mismos.

#### 4. CONCLUSIONES

-En países como España, Arabia Saudita, República Checa, Perú y México, el sector financiero es uno de los que más invierte en TIC, buscando sistemas de inteligencia empresarial, los cuales son estrategias enfocadas a la administración y creación de conocimiento sobre el entorno a través del análisis de datos existentes de la empresa.

-El email y el internet son las dos herramientas TIC más utilizadas en estos países, las cuales han favorecido al desarrollo económico, social y cultural del cada uno de ellos.

-A nivel nacional, un 86.94% de empresas Colombianas mantienen su información digitalizada y procesada para los diferentes departamentos existentes en la misma; producción, pedidos, ventas, servicio al cliente, gestión humana y finanzas; según un estudio del DANE (2012).

-La banca en Colombia es quien tiene una mayor proporción de las empresas con un 14.29%, seguido de las telecomunicaciones con un 10.31% y finalmente la industria e informática con un 6.6%.

-El 100% de las agencias encuestadas hacen uso de internet, siendo esta la herramienta TIC más importante y significativa, ya que por medio de ella se logran comunicar vía email, mantienen un contacto directo con sus clientes y posteriormente pueden realizar publicidad y marketing.

-El 78% de las agencias encuestadas tienen página web, lo cual significa que la mayoría utiliza esta herramienta para promocionar sus planes, darse a conocer al público y prestar servicio al cliente.

-Solo un 56%, hace uso de redes sociales como facebook, y esto indica que un gran porcentaje restante de las agencias está desaprovechando este medio gratuito para llegar a más usuarios y abarcar un mercado más grande.

-Un 89% de los encuestados utilizan un software para realizar algún tipo de proceso dentro de la agencia; ya sea para reservas de tickets, llevar la contabilidad, etc.

-El 100% de las agencias encuestadas consideran que las TIC si son de gran importancia para ser más productivos y competitivos en el sector turístico y poder mantenerse en el mercado global.

-Se logró evaluar el impacto de los factores que estas agencias consideran más importantes gracias a la implementación de las

TIC. Se obtuvo que el uso de las tecnologías de información y comunicación, mejora la calidad en los servicios, permite la captación de nuevos clientes, reduce costos, les ayuda a ser más competitivos y les permite lograr una expansión del mercado por medio de la captación de nuevos clientes.

-Gracias al uso e implementación adecuada de las herramientas TIC, el 89% de las agencias encuestadas han logrado incrementar las ventas de productos y servicios, demostrando que son más productivas, razón por la cual hoy en día consideran que las TIC son un medio esencial para poder operar y prestar un servicio de calidad, ya que si los clientes están satisfechos van a adquirir más planes y los ingresos van a aumentar significativamente.

-No se puede hablar de innovación sin hablar de TIC, ambas cuestiones están estrechamente ligadas, ya que las TIC son el soporte de los procesos de innovación.

#### 5. RECOMENDACIONES

-Incorporar en todos los ámbitos de las agencias de viaje las herramientas TIC como medida clave para favorecer su competitividad.

-Cada agencia de viaje debe hacer uso correcto de las TIC, para obtener beneficios como: mejora de la gestión en los procesos, siendo más eficaces, ahorrando tiempos y costes, obteniendo información siempre disponible, mejorando la comunicación con clientes y proveedores y accediendo a nuevos mercados.

-Teniendo en cuenta que cada agencia es diferente, se debe contar con programas de acompañamiento individualizado de capacitación en TIC para que el personal de la empresa sea más competitivo.

-Aprovechar las redes sociales, ya que son un medio gratuito por el cual se puede llegar a más usuarios, captando nuevos clientes y expandiendo el mercado.

#### IDENTIFICACION DEL PROYECTO

Nombre Semillero	Prospectiva y Estrategia
Tutor del Proyecto	Diana Oliveros y Eduardo Carrillo
Grupo de Investigación	GENIO
Línea de Investigación	Prospectiva y Estrategia
Fecha de Presentación	12 de Septiembre de 2014

#### REFERENCIAS

[1] Para mayor información consultar ([http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas\\_de\\_la\\_informaci%C3%B3n\\_y\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n))

[2] Para mayor información consultar ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/124226\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226_es.htm))