
Capítulo 6

El turismo corporativo desde la visión tecnológica

ENRIQUE MARTELO LÓPEZ¹
ANDY LUIS PADILLA MANOTAS²

INTRODUCCIÓN

El turismo de negocios, así como las actividades económicas de otros sectores, no está alejado del desarrollo tecnológico que desde los últimos años se ha posicionado como una dimensión estructural y social que ha venido jugando un papel central tanto en el nuevo paradigma productivo como en la transformación de la cultura y la sociedad en general. El turismo ha experimentado un crecimiento continuo, y al igual que el sector industrial, ha llegado a convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con un mayor grado de rapidez (Organización Mundial del Turismo, 2016).

En este sentido las tecnologías de la información y las comunicaciones son aliados estratégicos en cuanto su acceso es global y abierto a todo público, y que en los sectores productivos incide en la mejora de la calidad en la reducción de costos y la optimización de los procesos productivos de las organizaciones y como

-
- 1 Ingeniero de Sistemas con Maestría en Administración de Empresas e Innovación y Especialización en Ingeniería del Software. Profesor Investigador. Grupo Ingebiocaribe. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia.
emartelo@unisimonbolivar.edu.co
 - 2 Egresado de Ingeniería de Sistemas con formación en Investigación y Docencia Investigativa. Joven Investigador. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla - Colombia.
apadilla21@unisimonbolivar.edu.co

valor estratégico contribuye al mejoramiento de los índices de competitividad y posicionamiento. De forma general el turismo en Colombia figura como un factor clave para el desarrollo económico y social, y de acuerdo a las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre los países de América, Colombia se ubica en el puesto 5° con una participación del 0,23 % del total de llegadas de turistas extranjeros en el mundo (Ministerio de Comercio, industria y Turismo, 2016). Además del turismo de recreación, el turismo de negocios, congresos, reuniones y convenciones, se constituye como otra de las actividades de gran importancia para las principales ciudades de Colombia que se categorizan de forma individual o grupal y contribuyen a crear espacios propicios de negocios y eventos de carácter científico. El creciente éxito del turismo de negocios en Colombia se debe en gran parte a la infraestructura adecuada para instalar congresos en sitios representativos como hoteles y centros de convenciones; y que además una de las ventajas más importantes es la adecuada y moderna infraestructura de aeropuertos y conexiones aéreas con destinos internacionales que son garantía para establecer a Colombia como un potencial destino turístico de eventos, congresos y reuniones.

El propósito de este artículo se centra en el análisis del sector turístico de eventos, congresos y reuniones en Colombia y cómo la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones han sido medio de ventajas competitivas y transformación tecnológica del sector turístico de eventos en Colombia.

IMPACTO DE LAS TIC EN EL DESARROLLO ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL

Antes de iniciar el desarrollo del tema principal, es importante contextualizar el impacto tecnológico en nuestra sociedad desde

los diferentes enfoques económicos, sociales y culturales y en específico al turismo de negocios, que pueden contribuir para que la experiencia sea más accesible y satisfactoria para todas las personas.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones son cualquier medio que se utiliza para la recolección, procesamiento, e intercambio de información entre los miembros del canal de distribución, y que han evolucionado a lo largo de muchos años (Campo, Rubio & Yagüe, 2008). Desde los inicios de la historia los artefactos tecnológicos fueron usados para poder satisfacer las necesidades del hombre.

Por su parte Díaz, Pérez & Florido (2011) afirman que las TIC agrupan al conjunto de sistemas para la administración de la información, permitiendo un fácil acceso a los grandes volúmenes de contenidos, proporcionando un proceso rápido, canales de comunicación inmediata y capacidad de almacenamiento. De igual modo, la demanda de TIC está directamente ligada a una transformación estructural del sistema económico (Katz, 2009). En este sentido, las TIC se han convertido en un factor dominante para la mayoría de los procesos empresariales y de gestión, y como herramientas que se han hecho necesarias para la vida cotidiana, ofreciendo múltiples posibilidades de acceso a la información, que contribuyen a mantener un ritmo cambiante y transversal. En estos tiempos la tecnología –a diferencia de años atrás– es un medio de desarrollo social de cara al crecimiento económico y a la competitividad empresarial posicionándose como un recurso estratégico, dando respuesta a problemas que surgen en las organizaciones comerciales; bien lo mencionan Souza, Augusto & Michelotti (2011), al referir que las TIC contribuyen como instrumento dinámico y en constante desarrollo, con capacidad de conducir al hombre hacia nuevas posibilidades que no solo están limitadas a las herramientas sino que también en su producción y desarrollo.

La tecnología y el cambio tecnológico está presente en la mayoría de nuestras actividades diarias, reflejando aspectos positivos como el acceso a la información de manera reducida e inmediata sin importar la distancia de un lugar a otro; de manera análoga las TIC también tienen efectos positivos en otras áreas como la educación, mejoramiento de la calidad de los servicios de salud, seguridad pública entre otros aspectos importantes de destacar. En consecuencia, el uso excesivo de la tecnología en nuestra vida diaria ha traído afectaciones a las relaciones interpersonales y sociales, como también a la salud pública, puesto que en la mayoría de los casos somos dependientes de la tecnología. Al referirnos a los sectores económicos, el impacto de la TIC es significativo y con gran potencial de adquisición, pero algunos afirman que su implementación puede ser costosa; otros aprovechan sus ventajas para su crecimiento monetario y competitivo. Incluso, hay quienes afirman que el uso de la tecnología se ha convertido en un fenómeno de masas, y por ende ha cambiado la cultura ciudadana de forma notable.

Siguiendo este orden de ideas, y como tema central, el turismo de negocios ha contribuido al desarrollo económico y social, en cuanto a la variedad de eventos que son un espacio propio para compartir experiencias, intercambiar conocimientos y crear ambientes de negocios; pero un aspecto a tener en cuenta, es cómo las tecnologías de la información y las comunicaciones han logrado fortalecer este sector, creando mejores canales de comunicación y brindando soporte a todo el proceso de organización y logística que requiere la instalación de un evento en una ciudad, logrando una mayor eficiencia y un acercamiento al público objetivo, asegurando la asistencia en cuanto a las atenciones básicas del participante.

TURISMO DE EVENTOS, CONGRESOS, REUNIONES Y CONVENCIONES

Autores como Cruz y Salva (1994) afirman que:

El turismo de eventos comprende la organización de congresos y convenciones, el intercambio de ideas o experiencias, dar o conocer nuevos sistemas o métodos de trabajo o algún proceso innovador, la oportunidad de conocer expertos e interactuar, solución a problemas específicos, el ofrecer nuevos productos al mercado, la enseñanza y la capacitación. (p.223)

Así mismo el turismo de eventos incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos, y festivales, que son modalidades de negocios donde los participantes comparten opiniones de distintas ramas del conocimiento, además, los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos, y son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico (Maure, 2007). Los eventos se clasifican a partir de diferentes criterios:

Tabla 1 Clasificación de los eventos

CARÁCTER O TIPOLOGÍA	NATURALEZA	GENERACIÓN	ENTIDADES/ CONVOCANTES
Congresos, conferencias, simposio, seminario, debate, convención, reunión informal, panel o debate de experto, mesa redonda, taller, asamblea, exposiciones y ferias, festivales, coloquio, jornada, eventos multi-destinos, eventos itinerantes, eventos virtuales, viaje de incentivos.	Eventos internacionales Eventos nacionales con participación extranjera Eventos nacionales	Diseño propio Sede Captada	Gubernamentales No gubernamentales Corporativos

Fuente: Maure Agüero, G. (Julio de 2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. Contribuciones a la Economía(82).

Estos eventos requieren de un gran despliegue logístico, por la movilidad de viajeros hacia la ciudad destino o al lugar del evento, lo que demanda alojamiento, costos de viajes, y manutención, que conlleva a un turismo de eventos con rentabilidad económica. En cambio, Aguilera, Bernal & Quintero (2006) afirman que el turismo ha sido visto como un sector clave en regiones rezagadas, gracias a su capacidad para generar múltiples beneficios que potencializan el desarrollo económico y la modernización. El turismo de eventos tiene una particularidad muy específica: la interdependencia entre los diversos agentes interesados, la amplitud del fenómeno evento y su inter, multi y pluri-disciplinariedad requiere el conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental dentro de una visión sistémica y de oportunidades (Carrizo y Vieira, 2009).

En el proceso de la planeación del evento, se hace necesaria la utilización de diversos recursos que son claves para establecer los objetivos y sus respectivos cumplimientos; de esta forma, para lograr resultados positivos una buena estructura y planeación estratégica son las opciones preferibles como todo proceso organizacional, siguiendo tres procesos (Perlaza, Correa & Tamayo, 2015).

- **Estratégica:** Acciones vitales para el logro de metas a largo plazo.
- **Táctica:** Planes estratégicos con acciones más concretas a corto plazo.
- **Operativa:** Acciones específicas para cada unidad organizacional.

El turismo de eventos, congresos y convenciones supone un crecimiento económico que genera beneficios importantes para empresas organizadoras de eventos como para las que ofrecen

sus servicios estableciendo canales de distribución para la prestación de sus servicios a los participantes, logrando un grado de competitividad y desarrollo empresarial, así como también de gran relevancia para la ciudad anfitriona del evento. En efecto, un factor clave para lograr índices de competitividad significativos es la infraestructura y las vías de acceso que deben ser un pilar de inversión social, también como otros aspectos relacionados con el potencial tecnológico, fundamental para el tratamiento de la información que es esencial como un recurso estratégico.

SECTOR TURÍSTICO DE EVENTOS EN COLOMBIA

El sector turístico en Colombia, en forma general, en los últimos años ha registrado un crecimiento sostenible del 12,7 % y se posiciona como la segunda actividad que mayores divisas genera después de la exportación de minerales. Además, la organización Mundial del Turismo (OIT) reportó un crecimiento del 4,4 % en el flujo de viajeros provenientes del extranjero durante el año 2015 (Revista Dinero, 2016), así como los beneficios de la industria turística de eventos. Zúñiga (2015) afirma que el turismo en Colombia se encuentra en proceso de desarrollo, resaltando el crecimiento que ha tenido en los últimos años con respecto al número de turistas que llegaron en el año 2000 en comparación con el año 2014 con un total de 2,2 millones de visitantes, según las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El desarrollo del sector turístico de eventos, reuniones y convenciones, ha traído muchos beneficios para el desarrollo social y económico de las regiones en Colombia, gracias a su riqueza paisajística, condiciones climáticas, infraestructura hotelera, centros de convenciones y eventos, y la calidad de servicio de su gente, que beneficia además a otros sectores como la construcción, el

transporte, el comercio y la tecnología, consolidado como destino de talla mundial en la realización de congresos internacionales y convenciones. Adicionalmente, ProColombia informa que el Gobierno ha entregado aportes cercanos a los 83.200 millones de dólares para que las regiones avancen en la adecuación de su infraestructura y poder ofrecer a los visitantes más opciones para sus eventos (*El Tiempo*, 2015).

Con respecto a los eventos internacionales realizados en Colombia un informe realizado por ProColombia (2015), estima un total de 351 eventos internacionales identificados para el año 2015, siendo la ciudad de Bogotá la que lidera con un total de 119 eventos, seguida de Medellín con 101 como se muestra en el siguiente gráfico:

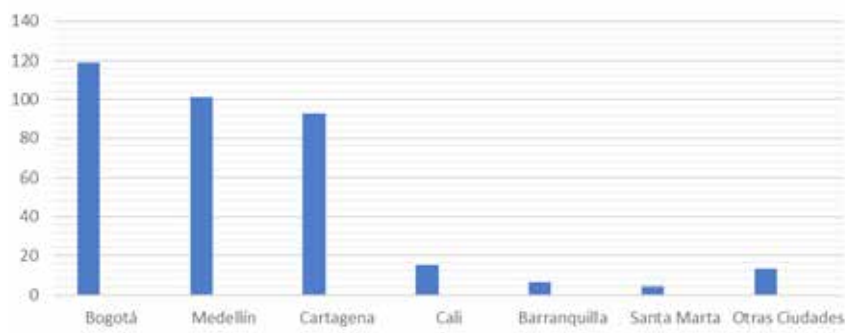


Figura 1. Eventos internacionales realizados en Colombia

Fuente: ProColombia, noticias en prensa (2015)

La infraestructura MICE (Encuentros, Incentivos, Conferencias y Ferias) en Colombia cuenta con más de 18 centros de convenciones para alojar eventos con los más altos estándares y personal de atención con altas calidades. El rápido crecimiento de la demanda, tanto interna como externa, hace esencial incrementar la oferta en este tipo de recintos que están operando; en algunas ciudades como Barranquilla, Cali, Bucaramanga y San Andrés

siguen en construcción. Con respecto a los datos de Migración Colombia en el 2015 un total de 42.900 extranjeros ingresaron al país por motivos de asistencia a algún evento, representando un incremento del 10 % con relación a los últimos tres años; en Colombia se han realizado eventos internacionales como el Foro Económico Mundial en el 2010, la VI Cumbre de las Américas en 2012, entre otros eventos de diferentes denominaciones (*El Tiempo*, 2016).

La infraestructura hotelera es un factor importante para albergar la movilidad de turistas por motivo de eventos, reuniones y convenciones, y de acuerdo a las cifras de ProColombia, entre los años comprendidos desde 2010 a 2015, se abrieron alrededor de 160 hoteles para un total de 16.839 habitaciones, y se espera que para el 2020 se aumente a 4.623 habitaciones. El siguiente gráfico nos muestra la ocupación hotelera de turistas y visitantes para el primer trimestre del año 2016 y una comparación entre la ocupación hotelera para el año anterior en el mismo primer trimestre en las principales ciudades de la región Caribe.

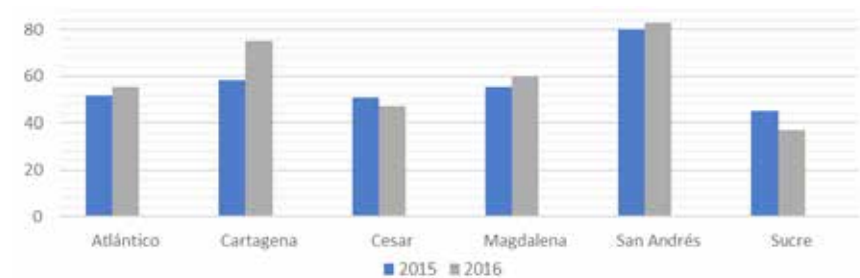


Figura 2. Porcentaje promedio de ocupación hotelera, en las principales ciudades del Caribe Colombiano

Fuente: Banco de la República (2016)

Por otra parte Novoa, López & Arza (2013), mencionan que el turismo de eventos se constituye en una de las actividades de importancia dentro de la oferta turística de las principales ciudades

colombianas como el caso de Cartagena de Indias, Barranquilla, Santa Marta, Bogotá, Medellín, entre otras ciudades, por sus capacidades de generación de ingresos, donde se identifican el turismo de negocios y el turismo grupal, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2. Categorías del Turismo de Eventos

TURISMO DE NEGOCIO INDIVIDUAL	TURISMO DE NEGOCIO GRUPAL
Comprende a los viajeros que se desplazan de una ciudad a otra o de un país a otro para desarrollar actividades inherentes a su oficio o profesión.	Comprende los congresos, convenciones, incentivos y exposiciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de Novoa, López & Arza (2013)

Así mismo, el turismo de eventos es un medio de difusión de la cultura y las costumbres colombianas y difusor de la industria turística tanto a nivel local como también a nivel internacional.

En los últimos años, el turismo de eventos ha sido de gran interés para las políticas de Estado para efectos de crecimiento económico por su gran relevancia en la generación de ingresos que posicionan al país como un destino turístico y propicio para los negocios, creación de empresas y la generación de empleo contribuyendo al fortalecimiento de los vínculos comerciales, políticos y sociales, por lo cual está incluido como uno de los tres sectores económicos de mayor importancia para la economía colombiana. Sin duda el turismo de eventos, congresos y reuniones favorece la creación y la mejora de las infraestructuras de transportes esenciales para la movilidad de los turistas y visitantes, lo que favorece el desarrollo turístico en general, y a su vez el turismo impulsa el desarrollo económico y social de otros sectores (Martos Molina, 2013).

La investigación de Novoa et al. (2013), realizó un estudio turístico de eventos, congresos, reuniones y convenciones de Cartagena

de Indias, identificando la cantidad de eventos realizados en la ciudad en los años comprendidos desde 2011 hasta el 2012, aplicando una encuesta a un total de 219 turistas que llegaron a la ciudad les permitió identificar los siguientes aspectos:

Tabla 3. Aspectos identificados en la encuesta a turistas que llegaron a la ciudad de Cartagena

ASPECTOS IDENTIFICADOS		
Motivos por los que asiste	Duración del evento	Distribución del gasto por tipo
Clasificación del evento	Sitio de alojamiento	Otros sitios turísticos visitados
Financiación del evento	Gastos promedio diarios	Opinión de la ciudad

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de Novoa, López, y Arza (2013)

Estos aspectos identificados han convertido a Cartagena en una de las principales ciudades turísticas de Colombia, en lo que se relaciona con el turismo de eventos debido a las condiciones de infraestructura y su riqueza cultural, histórica y paisajística, que han contribuido a que sea un lugar propicio para la celebración de eventos de diferentes clasificaciones tanto nacionales como internacionales, haciendo grandes aportes al desarrollo económico y global del país fortaleciendo los vínculos comerciales, políticos y sociales.

Como resultado, además de ciudades como Cartagena, otras ciudades principales le apuestan a la organización de grandes eventos logrando que Colombia se destaque en los últimos años como un importante destino turístico de eventos nacionales e internacionales. Por esta razón se impulsa desde los gremios organizadores (comerciales y académicos) y entidades estatales este sector importante, contando con unas condiciones de infraestructura y movilidad terrestre y aérea que facilitan el normal desarrollo y crecimiento de los eventos en el país que cada vez ofrecen nuevas posibilidades de relaciones sociales y de intercambio de experiencias cuyo objetivo es ofrecer eventos de calidad y de interés general para todo el público. El turismo

de eventos en Colombia requiere factores de competitividad y de innovación tecnológica que sitúe a los diferentes eventos en el mismo contexto social, tecnológico e innovador de los grandes eventos realizados en otras ciudades del mundo.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO DE EVENTOS

El creciente mercado turístico de eventos requiere medios y canales de distribución comunicativa que sean accesibles para todo el público, puesto que los interesados en la participación de un evento local o internacional, deben planear su viaje y por tanto requieren toda la información relacionada con el evento, reunión o congreso, productos y servicios ofrecidos en el lugar a visitar, alojamiento, y otros aspectos de su interés; de esta forma la internet en general es un medio de comunicación propicio para informar y promocionar eventos de grandes magnitudes y de diferentes temas. También las redes sociales han hecho un aporte amplio como medio de divulgación, y constituye una herramienta virtual y de información con la que con mayor frecuencia las personas interactúan.

Por otra lado, Marujo (2012) establece que el desarrollo del turismo a nivel mundial y las TIC transformaron el fenómeno turístico en una actividad que cada vez más adquiere un grado de complejidad en materia de competitividad para los países o regiones en donde se desarrolla. Agrega también que los eventos culturales promueven el viaje y el desarrollo turístico de una localidad. La tecnología es clave en los cambios del turismo de eventos y reuniones, puesto que se destaca el uso de las aplicaciones móviles para el facilitamiento de la interacción o la relación antes y durante el evento por parte de los participantes.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) coadyuvan al mejoramiento de la calidad en dos puntos de vista, originando ahorro de costos y optimizando los procesos, lo que redundará en la mejora de la gestión, y por otro lado, figura la facilidad en la prestación de servicios al público con mejores condiciones y eficiencia (Valles, 1999). Desde esta afirmación es evidente que es parte fundamental para la gestión en general la aplicación de las TIC; este en caso particular, los cambios se han visto reflejados en el sector turístico de eventos, con una relación directa en la transformación de este sector en materia de gestión en la organización de eventos y congresos, y mediante la aplicación de las TIC se han obtenido mejoras en dicha organización, desde la selección del recinto hasta la organización de proveedores y logística del evento, y otro aspecto importante relacionado con las alianzas con hoteles, aerolíneas y restaurantes que posibilitan una mayor calidad de atención a los asistentes provenientes de otros lugares.

En el caso particular de los países de América Latina, los atractivos turísticos, culturales y de eventos son de gran interés para turistas nacionales y extranjeros e impulsan el crecimiento de este sector, en donde las tecnologías de la información y las comunicaciones son un medio directo entre los que ofrecen eventos de grandes magnitudes y quienes son partícipes de estos; entonces es claro el gran impacto tecnológico que se refleja en este sector. Habría que decir también que Pulido (1999, citado en Cerezo & Guevara, 2015) menciona que las nuevas tecnologías aplicadas en el sector turístico requieren de un aumento de la demanda de cualificación de los trabajadores o personal de logística, que hace una contribución a los procesos productivos de este sector; esto se resume en las habilidades de los trabajadores en la utilización de las herramientas tecnológicas para incrementar la

complejidad en la prestación de los servicios turísticos con miras a incrementar el factor competitivo en el cual las TIC son el factor diferenciador.

Las TIC se han convertido en un sistema de red integral de equipos y *software* que permiten una eficiencia en los datos, en su procesamiento y la comunicación para beneficiar la normal operación de las organizaciones, y desde los últimos años un número considerable de tecnologías han sido identificadas como críticas para la innovación en el turismo de eventos, puesto que proporcionan *software* innovadores y redes que ayudan a soportar el proceso de comunicación entre los prestadores de los servicios y los participantes (Buhalis & Law, 2008).

Por otra parte se pueden distinguir dos áreas donde la tecnología ha transformado en los últimos años el segmento de turismo de eventos y reuniones como lo expone García López (2016), al distinguir las dos áreas:

- Tecnología aplicada a la organización de eventos y reuniones.
- Tecnología aplicada a los servicios que se ofrecen a los asistentes a reuniones.

Estos avances en tecnología hacen que los organizadores de eventos se vean en la necesidad de adaptar medios de comunicación para llegar con facilidad al público que esté interesado en participar del congreso o reunión. Los asistentes, con frecuencia suelen llevar dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras portátiles, por lo tanto tienen la oportunidad de interactuar con sus equipos de trabajo, y conocer la programación, el perfil de los ponentes, registrarse en ponencias, entre otras posibilidades.

Cabe anotar la relevancia de múltiples sitios web, que son útiles en la gestión de los procesos del turismo de eventos que cuenta con variedad de características entre las cuales podemos mencionar: portal web para la organización de los eventos, promoción en redes sociales, gestión de pagos, gestión de entradas, entre otros. En el siguiente cuadro se muestran algunos de los sitios web que se han identificado y que cumplen ciertas características como las mencionadas anteriormente.

Tabla 4. Solución web en la modalidad de SaaS (Software as a Service) diseñadas para la gestión simultánea de múltiples congresos

CARACTERÍSTICA	ENUBE	EVENTUO	SCHEDULEON	ECONGRES	EVENTWO	AMIANDO	TIKETEA	EVENTIOZ
Portal web para el evento a organizar.				x		X		
Promoción en redes sociales.	x	x	x			X	x	x
Registrar y enlistar participantes.	x		x		x	X	x	x
Gestión de pagos.	x	x		X		X	x	x
Cancelaciones.	x	x		X		X		
Envío de invitaciones.	x	x	x			X	x	
Entradas electrónicas.	x	x				X	x	
Acreditación de participantes.						X		x
Promoción de eventos							x	

Fuente: Elaboración propia

El turismo de eventos, congresos y convenciones, cuenta con herramientas tecnológicas bien estructuradas y definidas que tienen diferentes características que a su vez las hacen diferenciadoras entre sí; en este caso los sitios web identificados por

lo general mantienen el mismo enfoque estructural, que varía dependiendo de las necesidades que se requieran.

Dicho lo anterior, para tendencias globales en tecnología, se habla de turismo de eventos inteligente al adaptar innovaciones, incorporando una infraestructura tecnológica avanzada y estable que ha permitido a la organización un desarrollo sostenible que le apunta a la accesibilidad para todos los participantes, como una forma de facilidad en la interacción del participante con el entorno. En efecto, las tecnologías ofrecen un gran número de posibilidades y oportunidades para obtener éxito y lograr una satisfacción entre los organizadores y público asistente, quienes son el principal recurso de atención, y las tecnologías, el medio de encaje para la obtención de resultados positivos en función de las estrategias y objetivos trazados por los organizadores del evento.

Podemos agregar también que los avances producidos por las TIC han permitido alcanzar altos niveles de satisfacción e interactividad en la relación prestador de servicio-usuario, creando un ambiente colaborativo más exigente que permita mejorar la calidad de los servicios, teniendo como objetivo involucrar al participante, y en general, lograr que los eventos sean mucho más interactivos, motivadores y participativos. A su vez, herramientas como la geolocalización, las redes sociales, la inteligencia de negocios, *big data*, la web, aplicaciones móviles, herramientas SEO, bases de datos, redes de datos, entre otras, son los medios asociados a las TIC que le permiten a los organizadores conocer el comportamiento de los asistentes, el grado de efectividad y satisfacción del evento para analizar el cumplimiento de los objetivos y que permita poder personalizar los servicios que se les ofrece, y mejorar su experiencia.

El turismo de eventos es una actividad de gran demanda y con un potencial de crecimiento significativo. En general, las TIC han contribuido al mejoramiento y al soporte de todos los procesos organizacionales en un ambiente innovador y vanguardista enfrentando los retos de la economía, el intercambio de conocimientos, el desarrollo social y cultural desde un punto de vista local y global. Se espera en los próximos años un gran crecimiento en la infraestructura tecnológica aplicada a la comunicación en tiempo real cuyo objetivo es involucrar a los asistentes, lograr interactividad y participación, en los que los asistentes sean también protagonistas, más que espectadores.

CONCLUSIONES

En los últimos años, el estudio y el análisis del desarrollo del turismo de eventos, congresos, reuniones y convenciones, ha tomado gran interés en nuestra sociedad, precisamente por su consideración como una de las actividades de importancia dentro del sector turístico y que ha involucrado para su desarrollo, a las TIC como medio estratégico y organizacional, que cada vez más se posiciona con un mayor grado de satisfacción entre los interesados.

En definitiva, a través de diferentes fuentes de información y de autores, se han considerado las innumerables ventajas y beneficios que las TIC han aportado a nuestra sociedad, como una forma de brindar acceso a todas las personas desde diferentes enfoques y de acuerdo a sus intereses de información. Las TIC hacen parte de factores estratégicos para los sectores de la economía, a través de los múltiples canales de distribución informativa con que cuentan las TIC. Teniendo en cuenta el eje central de este estudio, el turismo en general es un sector económico

de gran trascendencia en la economía local, y se ha posicionado como una actividad que genera fuentes de ingresos significativas a la economía y a su vez su impacto favorable que en conjunto con otros sectores de la economía obtienen grandes beneficios no solo económicos, sino que también hacen un gran aporte a los aspectos sociales y culturales de un determinado entorno.

El turismo de eventos, congresos, convenciones y reuniones es una división importante de la industria turística porque promueve la realización de eventos de grandes escalas en las ciudades de naturaleza turística que favorece el crecimiento social y económico de las regiones a nivel local e internacional al involucrar al igual que otros sectores económicos, las TIC como factor diferenciador y estratégico, propicio para lograr mejores canales de distribución al ser más accesibles para sus asistentes y lograr una transformación interactiva entre los organizadores y asistentes. Las TIC, a través de sus herramientas, han permitido también conocer a sus organizadores, la efectividad del evento y el cumplimiento principal de sus objetivos, al conocer de manera sistémica las opiniones y el nivel de satisfacción de sus asistentes con fines de mejora continua.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2010). *Creación y desarrollo de capacidades tecnológicas: un modelo de análisis basado en el enfoque de conocimiento* (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Madrid.
- Acosta, J. & Ficher, A. (2013). Condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales. Un modelo explicativo. *Pensamiento y Gestión*, 35.
- Acosta, J., Longo-Samoza, M. & Fische, A. (2013). Capacidades dinámicas y gestión del conocimiento en nuevas empresas de base tecnológica. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 35-62.

- Aguilera Díaz, M., Bernal Mattos, C. & Quintero Puentes, P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. *Documentos de trabajo sobre economía regional*, (79).
- Banco de la República. (2016). *Boletín Económico Regional I trimestre de 2016*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barrios, K. & Olivero, E. (2015). *La innovación en instituciones de educación superior: Un modelo basado en capacidades dinámicas*. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Berné Madero, C., García González, M., García Uceda, E. & Múgica Grijalva, J. M. (2013). Identificación y análisis de los criterios de cambios del sistema de distribución turístico asociados al uso intensivo de las tecnologías de la información y de la comunicación. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19, 90-101.
- Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, (29), 609-623.
- Campo Martínez, S., Rubio Benito, N. & Yagüe Guillén, M. J. (2008). Beneficios y costes del uso de las TIC para las empresas minoristas de distribución de electrodomésticos. *Distribución y Consumo*, 94-101.
- Carrizo Moreira, A. & Vieira Batista, A. (2009). Turismo de Eventos: Desafíos estratégicos de la ciudad de Joao Pessoa (Brasil). *Cuaderno de Turismo*, (23), 31-46.
- Cerezo Medina, A. & Guevara Plaza, A. (2015). Necesidades formativas tecnológicas en turismo. Estudio de caso de Andalucía. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 913-929.
- Cruz Gómez, P. & Salva, M. (1994). *Congresos y Convenciones*. México: Editorial Diana.
- Da Cruz, G. (2008). Estrategias de promoción en la web, análisis de destinos turísticos internacionales. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 17, 156-169.

- Dávila L, J. (2013). Capacidades organizacionales: dinámica por naturaleza. *Cuadernos de Administración* 26(47), 11-33.
- Díaz Lazo, J., Pérez Gutiérrez, A. & Florido Bacallao, R. (2011). Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para disminuir la brecha digital en la sociedad actual. *Revista Cultivos Tropicales*, 32(1), 81-90.
- Editorial Vértice (2010). *Marketing digital*. España: Editorial Vértice.
- Eisenhardt, K. & Martin, J. (2000). Dynamic Capabilities: What are they. *Strategic Management Journal* 21, 1105-1121.
- El Tiempo (14 de abril de 2016). *El turismo de reuniones incrementó los ingresos del sector en un 12 %*. El Tiempo.
- El Tiempo (15 de julio de 2015). *Colombia se abre al turismo corporativo*. El Tiempo.
- Fernández Sánchez, E., Montes Peón, J. M. & Ordás Vázquez, C. J. (1997). *La competitividad de la empresa: Un enfoque basado en la teoría de recursos y capacidades*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
- García López, R. (4 de abril de 2016). *Aprende de Turismo*. Obtenido de <http://www.aprendedeturismo.org/influencia-de-la-tecnologia-en-la-organizacion-de-reuniones-y-eventos/>
- García, J. F. (2010). Innovación en modelos de negocios. *MBA EAFIT*, 31.
- Garzón, M. (2013). *El Constructo capacidades dinámicas*. Guanajuato, México: Ide@s CONCYTEG 8(99).
- Katz, R. (2009). *El papel del TIC en el desarrollo. Propuesta de América Latina a los retos económicos actuales*. Madrid: Ariel.
- Martínez, J., Majó, J. & Casadesús, M. (2006). *El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero*. VI Congreso "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones". Málaga.
- Martos Molina, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 57-71.

- Marujo, N. (2012). Imagen y promoción de los destinos turísticos en internet: El caso de los municipios de la Isla Madeira. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), 825-837.
- Maure Agüero, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la Economía*, (82).
- Mendoza, J. M. (2013). La Capacidad dinámica de ripostar en la empresa: Confrontar entornos volátiles. *Cuadernos de Administración*, 26(47), 63-85.
- MINCIT (02 de 2016 de 2015). *Mincit.gov.co*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=32689>
- Ministerio de comercio, industria y turismo (2016). *Boletín Mensual Turismo*. Oficina de Estudios Económicos.
- Novoa Pérez, D. J., López Pineda, L. F. & Arza, N. (2013). *Impacto del turismo de eventos, reuniones, congresos y convenciones en la economía de Cartagena de Indias-Colombia*. Cartagena de Indias: Publicaciones Centro de estudios para el desarrollo y la competitividad.
- Organización Mundial del Turismo (2016). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>
- Osterwalder. (2004). *Significarse*.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York: John Wiley.
- Perlaza Lopera, C., Correa Cortés, J. S. & Tamayo Galeano, C. (2015). Turismo de reuniones y eventos. *Revista Intersección: Eventos, Turismo, Gastronomía y Moda*, (3), 38-53.
- Portafolio (21 de 05 de 2015). Obtenido de <http://www.dinero.com/pais/articulo/turismo-negociosa-febreor-2015-colombia/208741>
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- ProColombia (2015). *Turismo de Reuniones*.
- ProColombia (s.f.). Obtenido de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/mice/mejores-eventos-con-menor-presupuesto-una-de-las-tendencias-de-la-industria-de-reuniones-en-2015>

- Ramos Ruiz, J. L., Abelló Llanos, R. & Rodríguez Albor, G. (2009). Posibilidades de transformación productiva y desarrollo tecnológico del caribe colombiano. *Revista de Economía del Caribe*, (4), 109-148.
- Revista Dinero* (18 de febrero de 2016). *Dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/sectores/articulo/el-turismo-el-colombia-crecio-69-generando-11-billones/219407>
- Romero, A. (2015). *Tecno hotel*. Obtenido de <http://www.tecnohotelnews.com/2015/01/turismo-mice-elementos-y-destinos-mas-representativos-del-sector/>
- Souza Nunes, D., Augusto Biz, A. & Michelotti Bettoni, E. (2011). Gestión participativa del turismo. Un análisis sobre el uso de las herramientas de las TIC por parte de los organismos públicos de turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 327-340.
- Teece, D. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28, 1319-1350.
- Teece, D. (2009). *Dynamic Capabilities & Strategic Management. Organizing for Innovation an Growth*. New York: Oxford University Press Inc.
- Teece, D., & Pisano, G. (1994). The Dynamic Capabilities of Firms: An Introduction. *Industrial and Corporate Changevol*, 3(3), 537-556.
- Teece, D., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic caapilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Uribe Urán, A. & Messino Soza, A. (2010). TIC, asociatividad y turismo, tres factores unidos para potenciar el Caribe Colombiano. *Cuadernos de Administración*, (43), 129-137.
- Valles, D. (1999). Las tecnologías de la información y el turismo. *Estudios Turísticos*, (142), 3-24.
- Venture, V. (1994). *Análisis competitivo de la empresa: un enfoque estratégico*. Civitas: Madrid.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

Zott, C. (2003). Dynamic capabilities and the emergence of intraindustry differential firm performance: Insights from a simulation study. *Strategic Management Journal*, 24(2), 97-125.

Zúñiga Collazos, A. (2015). Análisis del sector turístico en Colombia. *Revista Espacios*, 36(18), 9.

Cómo citar este capítulo:

Martelo López, E., & Padilla Manotas, A. L. (2018). El turismo corporativo desde la visión tecnológica. En J. M. Mendoza Guerra, M. B. Dorina Mulford, J. R. García González, A. Messino Sosza, A. B. Blanco Ariza, A. P. Uribe Urán, . . . A. Ruz Gómez, V. A. Quintero Méndez, & R. J. Miranda Redondo (Comp.), *Turismo Corporativo y TIC: Una puerta a la competitividad* (pp.189-211). Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.