

**XVI Congreso Internacional sobre Innovaciones en
Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas**

**LA TECNOLOGIA EN INFORMACION Y SU APLICACIÓN EN EL
SECTOR TURISTICO**

*Luis Adrián León Ayuso¹ Heriberto Mendoza de la Cruz² Alicia Hansen Rojas³
Universidad Autónoma de Chiapas, México*

Área Temática: Docente, la investigación y la vinculación

¹ Doctor en Gestión para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas, 9611139160, leonlmx@hotmail.com

² Doctor en Gestión para el Desarrollo, Universidad Autónoma de Chiapas, 9621524341, heriberto.mendoza@unach.mx

³ Maestra en Dirección Ejecutiva de Negocios, Universidad Autónoma de Chiapas, 9621369039, a_hansen@hotmail.com

Resumen

En los últimos años, la actividad turística ha tenido un incremento en la manera de difundirse gracias a las tecnologías de actualidad, este desarrollo ha originado que el turismo se convierta en el elemento clave para el progreso socio-económico de los países. Se ha demostrado y reconocido, la capacidad de la actividad turística para bajar los índices de la pobreza en naciones en vías de desarrollo, donde el potencial económico que el turismo representa, se nota en la oferta de empleos.

Chiapas es un estado que tiene un enorme potencial turístico cultural y natural, en donde destaca ahora el turismo como una de las actividades económicas importantes, a mayo de 2012 se logró superar lo alcanzado en el PIB en todo 2011 (Moreno, 2012). En la actualidad este rubro nos coloca como el décimo destino turístico a nivel nacional.

La actividad turística en nuestra entidad es de importancia por todo el efecto multiplicador que genera, donde un análisis del comportamiento de las empresas dedicadas a la atención al turista, demostró que una buena parte de ellos, carecen aún de competitividad tecnológica suficiente y necesaria para la administración y control de sus actividades.

El objetivo de la investigación es determinar en el contexto actual, la importancia de las Tecnologías de Información aplicadas en un sector tan importante como lo es el turístico, además de generar información que pueda ser utilizada en la enseñanza de la Licenciatura de Gestión Turística que es ofertada por la Universidad Autónoma de Chiapas. Era importante recoger las opiniones de los turistas, prestadores de servicios y los funcionarios encargados de este sector, analizando variables cuantitativas y cualitativas que nos permitieran definir elementos teóricos y prácticos de manera general.

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs) permite potenciar la competitividad y aprovechamiento de los factores que rodean al turismo, mediante herramientas tecnológicas como los celulares, el internet móvil, la realidad aumentada, y sobre todo la difusión a través de las redes sociales, ya que son herramientas que ofrecen mejorar la competitividad de los prestadores de servicios al turismo (Antonio Alcaraz Lladro, 2005).

Palabras clave: Tecnologías de información y Comunicaciones, Chiapas, Turismo, dispositivos inteligentes.

LA TECNOLOGIA EN INFORMACION Y SU APLICACIÓN EN EL SECTOR TURISTICO

Índice

	Pág.
Resumen.....	2
INTRODUCCIÓN	4
I. MARCO TEORICO	4
II. METODOLOGÍA.....	6
1 Objetivo	6
2 Justificación	7
3 Planteamiento del problema.....	9
III RESULTADOS.....	11
IV CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	13
Bibliografía:	13

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías cambian de una manera vertiginosa, y hoy en día su uso es indispensable en la vida cotidiana, la utilización de los teléfonos celulares, el internet, las señales de televisión, las redes sociales es indispensable para permanecer comunicados en esta sociedad globalizada.

Antes, una noticia o evento tomaba días en darse a conocer, hoy, con las nuevas tecnologías lleva minutos o a veces hasta segundos en darle la vuelta al mundo, esto permite pensar que la vida es más acelerada; aunque en el uso de la tecnología, los cohortes generacionales juegan un papel muy importante, ya que los jóvenes de hoy la manejan de una manera tan natural que parece que hubieran nacido con un chip en el cerebro, por la facilidad con que se desenvuelven en el mundo informático, pero los adultos jóvenes, de edad de 45 años o más, les es difícil que se adapten a los cambios tecnológicos.

De esta manera, se dice que los adultos, un teléfono celular normalmente lo utilizan únicamente para hablar, no se atreven a enviar o leer mensajes, mucho menos a utilizar el bluetooth o el internet; esto conlleva a la problemática de vital importancia, que es la de cuidar que la información que se maneje a través de dichas tecnologías esté al alcance de todos, y en nuestro caso de estudio, la conveniencia de aplicarlo al sector turístico. Es importante que la información llegue de manera adecuada, de fácil acceso y veraz a nuestro usuario final.

I. MARCO TEORICO

La tecnología tiene sus comienzos desde la antigüedad, pues la humanidad comienza a formar tecnología convirtiendo los recursos naturales en herramientas simples. El descubrimiento prehistórico de controlar el fuego incrementa la disponibilidad de fuentes de comida, y la invención de la rueda ayuda a los humanos a viajar y controlar su entorno.

La tecnología formal tiene su origen cuando la técnica (primordialmente empírica) comienza a vincularse con la ciencia, sistematizándose así los métodos de producción. Ese vínculo con la ciencia, hace que la tecnología no sólo abarque "el hacer", sino también su reflexión teórica. Tecnología también hace referencia a los productos resultados de esos procesos (Navarro, 2003).

En la actualidad la tecnología tiene un concepto diferente y el mercado y la competencia en general, hacen que deban producirse nueva tecnología denominada “de punta”.

En general, la tecnología más avanzada suele encontrarse en los laboratorios, en etapas de investigación y desarrollo. De todas maneras, la tecnología de punta luego suele trasladarse al mercado, al principio, a precios elevados; con el tiempo suele ir abaratándose y, a la vez, dejando de ser "de punta" para convertirse en tecnología obsoleta (Buckinghamm, 2002)".

Características de la tecnología

Para ser considerada como tal, la tecnología de punta debe cumplir ciertas propiedades:

- Ser de última generación, es decir, suponer una innovación respecto de las tecnologías que ya existen.
- No necesariamente debe ser la mejor en su ámbito, pero debe destacarse.
- Es costosa; difícilmente haya tecnología de punta que sea barata.
- La verdadera tecnología de punta no suele encontrarse en el mercado para consumo masivo en un principio; por lo general, al momento de llegar al mercado una nueva tecnología, en los laboratorios ya se está probando la tecnología que la superará.
- En general, se asocia a la tecnología de punta con tecnología más ecológica, menos contaminante y consumidora de menos recursos y energía.

También la tendencia es miniaturizar la tecnología, probablemente el futuro de las tecnologías vanguardistas esté en la nanotecnología (Martínez Abadía, 1992).

Cuando aplicamos esta tecnología a un área específica esta toma un interés muy especial ya que los usuarios no son totalmente tecnológicos, en el caso del trabajo que presentamos es en el área de turismo y en nuestra entidad encontramos que en el portal de la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas, se publicitan algunas de las atracciones turísticas de la entidad, este nos explica: Un sinnúmero de bellezas naturales, vestigios arqueológicos, ciudades coloniales, pueblos pintorescos, culturas vivas, tradiciones y modernidad conforman el maravilloso mosaico cultural que es Chiapas. Es además, la puerta de entrada a Centroamérica y el inicio de la Ruta Maya. Su extensión territorial de 75,634 km² lo ubica como el octavo estado más grande de la República Mexicana (turismo, 2012). Pero no describen en su totalidad los sitios turísticos se

pretende que al finalizar este trabajo de investigación se pueda plantear un modelo de gestión para utilizar toda la información que existe de nuestro bello estado y ponerla a disposición de los turistas que nos visitan a través de las tecnologías de información y brindar un servicio excelente donde el turista conozca los sitios turísticos, hoteles, restaurantes, eventos, agencias de viajes y renta de autos.

II. METODOLOGÍA

El trabajo de investigación se plantea de los escenarios de metodología cuantitativa y cualitativa, debido a que se realizó trabajo de campo entrevistando a los turistas nacionales como extranjeros, donde se indaga el tipo de tecnología que utilizan cuando salen de vacaciones, desde el tipo de celular que manejan hasta el tipo de plan que utilizan en el mismo, si tiene servicio de mensajería de texto, telefonía IP, servicio de internet, cámara fotográfica y de video, además de si utilizan el servicio de computadoras en el hotel o viajan con ella, tabletas electrónicas, centros de entretenimiento o algún otro dispositivo electrónico.

En la parte cualitativa se realizaron entrevistas a los funcionarios de las cámaras de comercio, restaurantes, asociaciones, y sobre todo a los funcionarios públicos para conocer que opinan de las nuevas tecnologías y hasta donde conocen, si realmente han manejado lo más nuevo o han escuchado reportajes, entrevistas, leído artículos, sobre temas asociados al turismo como realidad aumentada, geoposicionamiento (GPS) en los dispositivos, mismos que nos podrían conducir hasta la puerta misma del hotel o restaurant. Aplicando al tema de la educación, en nuestra máxima casa de estudios del estado, se están realizando las combinaciones teóricas en los planes de estudio para que nuestros alumnos utilicen las nuevas tecnologías y sean aplicadas en el desarrollo del turismo, se realizan cursos de actualización en aplicaciones de telefonía móvil, diseño de apps en las diversas plataformas como iOS, Android y symbian, y sobre todo en una estrategia de mercadotecnia para impulsar a los prestadores de servicios turísticos.

1 Objetivo

La investigación se ubicó en el contexto estatal, nacional e internacional del uso de las tecnologías de la comunicación y la información, igual que su evolución hacia la sustitución de las antiguas tecnologías y su aplicación en los nuevos ambientes, las dimensiones de acceso a las

TIC's por parte de los sectores involucrados, considerando la calidad, la rapidez y la facilidad de acceso a estas tecnologías, y de uso de las mismas; y por último, la evolución y aplicación de manera práctica en el ramo del desarrollo turístico en el estado de Chiapas, involucrando a las principales instancias del ramo del turismo de las ciudades de San Cristóbal de Las Casas, Chiapa de Corzo, Comitán, Palenque, Tapachula y Tuxtla Gutiérrez que permita conocer qué tecnologías de comunicación han usado en el periodo de tiempo que abarca la dimensión de temporalidad de este trabajo, a fin de saber su uso, evolución y resultados obtenidos.

2 Justificación

La importancia del estudio a realizar está dado a que las tecnologías cambian de una manera muy vertiginosa, y hoy en día su uso es indispensable por lo que se ha hecho parte de la vida cotidiana, el uso de los teléfonos celulares, el internet, las señales de televisión.

Lo que antes tomaba días en dar a conocer una noticia o evento, hoy con las nuevas tecnologías lleva minutos o a veces hasta segundos en darle la vuelta al mundo, esto lleva a pensar que la vida es más sencilla, aunque los cohortes generacionales juegan un papel muy importante, ya que los jóvenes de hoy lo manejan de una manera tan natural que parece que hubieran nacido con un chip que les indicara como manejarlos, pero los adultos jóvenes, de una edad de 45 años o más, es más difícil que se adapten a los cambios con las nuevas tecnologías.

De esta manera un teléfono celular normalmente lo utilizan para hablar únicamente, no se atreven a leer mensajes, mucho menos a utilizar la tecnología bluetooth o el internet, esto conlleva a la problemática que es de vital importancia cuidar que la información que se maneje a través de dichas tecnologías esté al alcance de todos, y en este caso estudiando la conveniencia de aplicarlo al sector turístico, es muy importante que la información llegue de manera adecuada, de fácil acceso y veraz a nuestro usuario final.

Los beneficiarios de este estudio son diversos, iniciando con el sector empresarial, que es uno de los que generan la información correspondiente, además de generar empleos, por lo que si se menciona que la información del sector empresarial puede ser enviada a través de las tecnologías, sirve para que los restaurantes se den a conocer desde que el turista está investigando a través de internet, hasta que llegan al lugar de destino, la diversidad de lugares le dan al turista varias opciones más, sin ser hostigados a que lleguen a un lugar determinado a comer, lo mismo pasa

con los hoteles, agencias de viajes, aerolíneas. Las oficinas de gobierno, como la secretaria de turismo, serán beneficiados por los indicadores que se pueden generar con este estudio, de tal manera de se puedan generar recursos para apoyar a este sector, el turista que es el gran beneficiado, debido a que puede conocer la información de manera oficial y sin engaños, tomar la mejor decisión y finalmente transitar por los lugares adecuados y seguros, así mismo, obtener alojamiento a un precio al alcance de sus posibilidades, y finalmente a nuestros estudiantes, porque se demuestra que podemos combinar las nuevas tecnologías de hoy en día con el desarrollo de un sector tan importante como es la gestión turística.

Lo primero que un investigador hace cuando se enfrenta a un problema a investigar, es hacerse preguntas sobre las dudas que le plantea una realidad desconocida; de esa manera, y con la ayuda de elementos académicos coherentes como el método científico y todas las herramientas que éste le proporciona, va estructurando un andamiaje teórico-práctico para dar respuesta a sus dudas.

En el caso de la investigación que nos ocupa, esto es, la Evolución y Gestión de las TIC's y su aplicación en el Desarrollo del Turismo en Chiapas, es de importancia tanto para los estudios de la Licenciatura en Gestión Turística como en el doctorado en Gestión para el Desarrollo que ofrece la la Universidad Autónoma de Chiapas, así como para el desenvolvimiento de la rama del turismo en la totalidad de su apreciación.

En el primer caso, aplicar los conocimientos metodológicos de investigación adquiridos en aula a un uso limitado de la inteligencia sin suficiente razón de manera regional que es de importancia para el desarrollo socioeconómico de la entidad, como es el turismo; y en el terreno teórico, comprender las variables que interactúan en este sensible sector de la economía regional, y generar conclusiones que beneficien a amplios sectores de población del estado.

De esta manera, un amplio sector de la sociedad estatal, incluidos comerciantes, prestadores de servicio, autoridades del ramo, y la mayoría de los turistas que visitan nuestra entidad, se verán beneficiados, primero al saber el origen y contexto de las comunicaciones en donde interactúan, y luego, los beneficios prácticos que recibirán *in situ* al mejorar y comprender, como resultado hipotético, las nuevas tecnologías de comunicaciones aplicadas al turismo.

Esta investigación resulta relevante, original y pertinente precisamente porque no se conoce hasta el momento ningún trabajo de esta envergadura en la entidad, y la aportación que se haga al

sector turístico y a las comunicaciones será siempre relevante por lo original del mismo, y dado que Chiapas es una entidad que ofrece un enorme desarrollo turístico y la aplicación de las tecnologías de comunicación ayudarían a ello, la pertinencia de esta investigación es más que evidente.

3 Planteamiento del problema

Debido a la rapidez de recambio de las tecnologías, al escaso presupuesto otorgado para este fin, a políticas de inversión poco apoyadas por nuestros funcionarios de organismos oficiales y privados, amén del desconocimiento del uso y beneficio de la tecnología de punta, hasta el momento, en nuestra entidad no se ha encontrado un estudio serio, pormenorizado y científicamente realizado de la gestión de las TIC's en el sector turístico de Chiapas, y si existe aún no ha sido publicado y tampoco es del conocimiento de los responsables del ramo; tampoco en el sector privado ni en las instituciones de educación superior que abordan académicamente esta disciplina, se encuentra estudio de la naturaleza que mencionamos.

La falta de conocimiento y por lo tanto de apoyo y uso de estas tecnologías en el sector oficial puede observarse claramente en el uso del concepto *tecnología*, éste únicamente se plasma en la parte de políticas del documento denominado “Plan Sectorial de Turismo 2007-2012”, que en una fragmento del mismo dice: ...la “creación de productos y servicios turísticos para segmentos y nichos, acompañada de las inversiones en infraestructuras, equipamientos y tecnologías, así como de sistemas eficientes de financiamiento, asistencia técnica y comercialización orientados a resultados concretos y capaces de ser medidos...” (SECTUR, 2007).

Como puede observarse, el anterior documento, instrumento básico para regular las acciones de gobierno enfocadas al ramo turístico y para detonar la actividad del mismo, no menciona a las tecnologías de información y comunicación como apoyo a la difusión de la información.

Así también, muchas de las veces, y en el anterior documento citado es un ejemplo, cuando se aplica la palabra tecnología, ésta se refiere a la compra y equipamiento de computadoras e impresoras, quedando fuera de este contexto lo referente a telefonía celular, internet, televisiones, equipos de sonido, y otros. Además de los programas relacionados con la actividad en su conjunto, esto es, software computacional de fácil acceso y manejo que tengan que ver informaciones complementarias para el turismo como mapas digitales, GPS para conducción y localización de medios de transporte y personas; los programas de manejo de agencias,

cibercafés, museos, hoteles, restaurantes, etc. que al sistematizar la información, facilitan, masifican e internacionalizan su uso.

Para abordar la presente investigación debemos hacerlo con criterios científicos apoyados en autores que nos ofrecen claridad en relación al tema y tomar en cuenta que la ciencia es un método de investigación; el método científico es una herramienta que nos permite llegar al saber y aprender las cosas sobre el mundo que nos rodea (Earl, 2002). La ciencia tiene características especiales que la hacen diferente a otros métodos de aprendizaje y apropiación del conocimiento. La ciencia utiliza las herramientas intelectuales de *razonamiento* y *observación*. Es decir, realiza una compleja relación entre lo que perciben nuestros sentidos para ofrecernos conclusiones distintas a través de procesos intelectuales que a las que a simple vista habrían de concluirse. De lo anterior, habremos de abordar en el desarrollo de la presente investigación tres aspectos cruciales para crear conocimiento científico: *teoría, recopilación y análisis de datos*.

Así pues al tomar en cuenta a Hernández Sampieri y Roberto Fernández, Baptista (Hernández Sampieri, 1997) en su libro *Metodología de la Investigación* mencionan que plantear el problema es estructurar de manera más adecuada la idea de investigación, ya sea de manera inmediata o con un tiempo considerable.

Por su parte Miguel Zorrilla, Torres cita a R. Ackoff (Zorrilla Torres, 1992), menciona que el planteamiento del problema, es darnos la mitad de la solución del problema, aunque no siempre sea posible plantearlo en forma clara, ya que conlleva a las dificultades y complejidades en la naturaleza de la investigación.

A partir de los conceptos mencionados, se puede estudiar la relación de la tecnología, con la información a través de las comunicaciones, hecho este razonamiento, enfocaremos el estudio de las TIC's en el desarrollo turístico a nivel local, regional, nacional e internacional.

El estudio se delimita en Tecnologías aplicadas a la información a través de las comunicaciones, y posteriormente estudiar, cómo convergen e interrelacionan las dimensiones de tecnologías, comunicaciones e información, con la dimensión aplicada al desarrollo turístico. Se identifica el ángulo de investigación, donde se plantea que a través de la aplicación de las TIC's, y además, dar un brinco significativo en el desarrollo de la dimensión aplicada, en este caso el desarrollo del

turismo en base a lo cual se acotaron las dimensiones de lo local, regional, nacional e internacional.

Esta investigación tiene por objeto conocer cómo se han desarrollado las tecnologías de la información y las comunicaciones en el Estado de Chiapas, en un primer momento, y cómo se han aplicado éstas en el ejercicio y aprovechamiento de la industria del turismo. Pretende contribuir a entender para mejor las condiciones que enfrentan los sectores oficiales y privados que se dedican a este ramo transición hacia la Sociedad de la Información en un periodo de tiempo que abarca de enero de 2011 a octubre de 2012.

El presente estudio estará organizado en cuatro grandes apartados. En el primero se tratará de presentar el contexto estatal nacional e internacional de las tecnologías de la comunicación; el segundo, su evolución hacia la sustitución de las antiguas tecnologías y su aplicación en los nuevos ambientes, debido a que la frontera tecnológica es siempre un objeto móvil, desplazándose con el surgimiento de nuevas y novedosas formas de su aplicación. El tercer apartado tendrá que ver con las dimensiones de acceso a las TIC por parte de los sectores involucrados; se estudiará la calidad, la rapidez y la facilidad de acceso estas tecnologías, y de uso de las mismas; y el último, la evolución y aplicación de estas tecnologías de manera práctica en el ramo del turismo en el estado de Chiapas.

Este planteamiento del problema lleva a generar la pregunta principal de este tema de estudio:

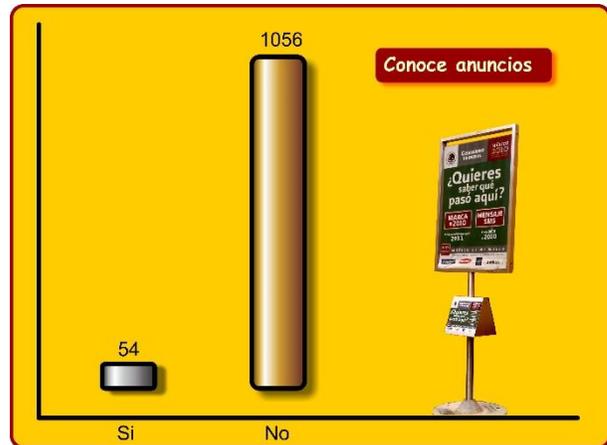
¿Cuál ha sido la evolución y gestión de las TIC's y cómo han sido aplicadas en el Desarrollo del turismo en Chiapas?

III RESULTADOS

Se realizaron 1110 entrevistas de donde 871 eran hombres y 293 mujeres, y el nivel de estudios que predominó fue el de Licenciatura, su manera de viajar lo hacen en grupo y en Chiapas tenemos más afluencia de

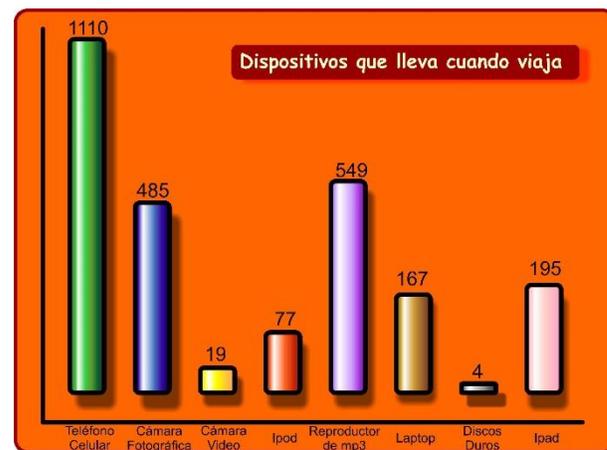


turistas nacionales que extranjeros, los dispositivos que más utilizan son los celulares y los reproductores de música, dentro del rubro de los celulares los turistas menores de 45 años utilizan el internet en gran medida, siendo las aplicaciones de navegación web, los editores de foto y los usos del GPS los más utilizados, mientras que los mayores de 45 años solo utilizan los dispositivos para hablar, en cuanto a los usos



de las tecnologías en internet los usos que más le dan son reservaciones de hoteles, compra de ticket para vuelos y acceso a las agencias de viajes, lo que más llamo la atención en las encuestas fue que la publicidad para dar a conocer los sitios turísticos implementados en 2010 por la secretaría de turismo, no son ubicados ni reconocidos, y cuando los identifican, la leyenda de que aplicara costos por transmisión de datos desanima a más de un turista. En cuanto a las entrevistas

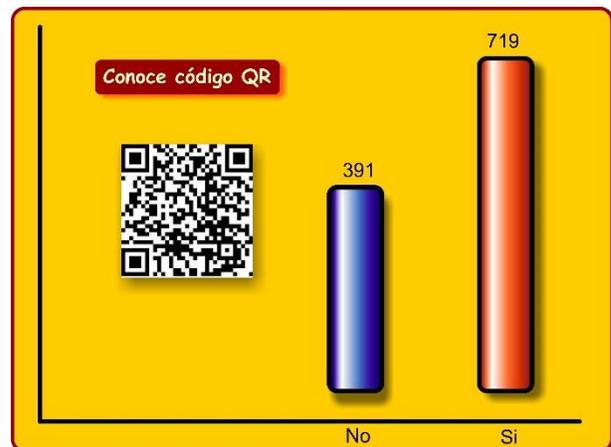
que se aplicaron, se llevaron a cabo 48 entrevistas de las cuales, obtenemos un resultado desalentador, los funcionarios normalmente cuentan con los celulares más novedosos como son el iphone 5, Galaxy s3 y s4, y principalmente los de marca BlackBerry, aunque se llega a la conclusión que el 80% de los funcionarios entrevistados solo lo utilizan para checar páginas de redes sociales, hablar y mensajear, y el 20%



restante solo lo utiliza para comunicarse como teléfono, entre otra de las observaciones encontradas en este punto, normalmente los funcionarios cuentan con dos o tres unidades de diferentes marcas, y las llevan consigo todo el tiempo, aunque se pudo observar que el manejo adecuado de las funciones con que cuentan los smartphones no llega a un 30% de uso. Otro aspecto importante es que se confunde a ese nivel de puestos lo que denominamos Tecnologías de Información, se entiende por este concepto a las computadoras y se excluye los Smartphones, Tablets, Televisiones, Radio, Revistas y otras opciones más que conforman a las Tecnologías de Información.

IV CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

La conclusión que se llegó en este apartado es categórica: los anuncios de la secretaría de turismo en Chiapas no son llamativos, tienen colores muy sobrios y están colocados al pie de los sitios turísticos, aun así, no llaman la atención y para conocer los datos del sitio tenemos que marcar por un teléfono celular que normalmente cuidamos el gasto de que hacemos uso en llamadas y mensajes, por lo que se sugiere usar las nuevas formas de mercadotecnia del mundo digital que son los códigos bidimensionales o también llamados códigos QR, los cuáles con solo hacer uso de la cámara del Smartphone obtenemos acceso a la información almacenada en los sitios de páginas web de las dependencias oficiales, dichos sitios tendrían que ser actualizados con la información pertinente para cubrir las necesidades de los turistas en cuanto a detalles de los sitios, restaurantes, hoteles, agencias de viajes y renta de autos.



En cuanto a los funcionarios, se sugiere que se tenga un vínculo entre Universidad y Gobierno en materia de capacitación y que nuestros alumnos capaciten a los mismos en materia de tecnología mostrando las aplicaciones que pueden ser utilizadas por ellos.

Bibliografía:

Antonio Alcaraz Lladro, M. L. (2005). *Comunicación y TICs: su efecto en la distribución comercial*. Madrid, España: Editorial Visión Libros.

ANUIES. (1994). *Hemeroteca Virtual ANUIES*
www.hemerotecadigital.unam.mx/ANUIES/ipn/estudios_sociales/proyect3/metodo1/sec_5.html.
México: ANUIES.

- Buckingham, D. (2002). *Crecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid: Editorial Morata.
- Burke, W. y. (1992). *Desarrollo Organizacional: Investigación, Teoría y Práctica*. Boston: Editores Handbook.
- Castañeda Jiménez, J. (1998). *Métodos de Investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Davis, D. (2001). *Investigación en administración para la toma de decisiones*. México: 5a ed, Editorial Internacional Thompson Editores.
- De Faria Mello, F. (1992). *Desarrollo Organizacional. Enfoque Integral*. México: Editorial Grupo Noriega Editores.
- E. de la Mora, M. (2002). *Metodología de la Investigación*. México: 4a Ed., Editorial ECAFSA.
- Earl, B. (2002). *Fundamentos de la Investigación Científica*. México: Thompson editores.
- Erosa, V. E. (2007). *Administración de la Tecnología: Nueva fuente de creación de valor para las organizaciones*. México: Editorial Limusa.
- Hernández Sampieri, R. F. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Kerlinger, F. (1988). *Investigación del comportamiento*. México: Ed. McGraw Hill.
- Lozano P., C. V. (2006). ¿Que es Gestión? *Entorno-Empresarial*, 57.
- Luna Castillo, A. (1996). *Metodología de la Tesis*. México: Ed. Trillas 1a Edición.
- Martínez Abadia, J. (1992). *Introducción a la tecnología audiovisual*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Méndez Ramírez, I. G. (1996). *Protocolo de Investigación (Lineamientos para su evaluación y análisis)*. México: Trillas.
- Moreno, J. Á. (29 de Marzo de 2012). *Noticiasnet*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2012, de <http://www.noticiasnet.mx/portal/principal/89896-turismo-supera-7-del-pib-chiapas>
- Navarro, E. d. (2003). *Servicios de la sociedad de la información: Comercio electrónico y protección de datos*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Pacheco Espejel, A. M. (2005). *Metodología Crítica de la Investigación*. México: Compañía Editorial Continental.
- SECTUR, S. d. (2007). *Plan Sectorial de Turismo 2007-2012*. México, D.F.: Gobierno de la República.
- Tamayo y Tamayo, M. (1990). *Proceso de la Investigación científica*. México: Limusa.
- Telefónica, F. (2008). *Las TIC en la administración local del futuro*. México: Ariel.

turismo, s. d. (24 de enero de 2012). *Turismo Chiapas*. Recuperado el 23 de septiembre de 2012, de <http://www.turismochiapas.gob.mx/turismo/index.php>

Zorrila Arena, S. (1992). *GUIA PARA ELABORAR LA TESIS*. México: 2a Edición, Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Zorrilla Torres, M. (1992). *Guía para elaborar una tesis*. México: Mc Graw Hill.