

Autores/Authors:

Diana María Burbano
González

Lenyd Angélica Riaño
Martínez

Correspondencia:

eddy.rua@colmayor.edu.co

COMO ESTA AFRONTANDO EL SECTOR HOTELERO LOS NUEVOS DESAFÍOS DEL TURISMO, LOCALIDAD DE CHAPINERO, COLOMBIA. (FASE INICIAL)

*How is the hotel sector facing the new challenges of tourism, locality of
Chapinero, Colombia. (Initial Phase)*

DIANA MARÍA BURBANO GONZÁLEZ

LENYD ANGÉLICA RIAÑO MARTÍNEZ

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

Resumen: Teniendo en cuenta las tendencias actuales del turismo, se analizarán los principales desafíos inherentes a la Industria Hotelera en la ciudad de Bogotá especialmente para los visitantes extranjeros; tomando como base de estudio la localidad de Chapinero por ocupar el segundo lugar con mayor concentración de establecimientos (21,5%) del total de la oferta en la ciudad capital de Colombia, la primera con mayor oferta de habitaciones y una de las más receptoras de huéspedes extranjeros, según el censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje realizado en diciembre de 2016 por el Observatorio de Turismo y el Instituto Distrital de Turismo.

La investigación es de tipo cualitativo, se establecerá una muestra representativa de hoteles para determinar mediante entrevistas y encuestas como afrontan los principales desafíos del sector en cuanto a: infraestructura, implementación y manejo de plataformas tecnológicas, oferta de servicios, sostenibilidad y forma de gestionar las experiencias de sus clientes.

Palabras claves: Industria Hotelera, Tendencias del Turismo, Desafíos, Turismo Sostenible, Experiencia del cliente.

Abstract: The aim of this research is to exposit the current tourism trends. The challenges in the Hotel Industry in Bogota city especially for foreign visitors has being the main issue among researchers in the industry, due to the economic impact that this activity has in the city. According to the Instituto Distrital de Turismo, Chapinero (local town in Bogotá) has the second place in accommodations, (21.5%) of the total offer in the capital city of Colombia, and also is the first with the largest room offer, and one of the most receptive of foreign guests, according to the census of accommodation and lodging establishments carried out in December 2016 by the Tourism Observatory and Instituto Distrital de Turismo.

This research is the qualitative ones and has a representative sample of hotels that were interviewed and surveyed in topics such as how they face the main challenges in the sector base on: infrastructure, implementation and management of technological

platforms, supply of services, sustainability and way of managing the customer Experience.

Key words: Hotel Industry, Tourism Trends, Challenges, sustainable tourism, Customer Experience.

1.- Introducción

El estudio se fundamenta en tres fases o etapas preestablecidas con un tiempo estimado para su desarrollo de 9 meses ; con base en las proyecciones del turismo publicadas por la OMT a nivel mundial y centralizadas por los reportes para Colombia emitidas por MinCIT e instituciones especializadas, se efectúa en su fase introductoria, una revisión teórica acerca de las tendencias y desafíos que enfrenta en la actualidad la industria hotelera, permitiendo a su vez determinar para la ciudad de Bogotá los tipos de turismo y servicios que se ofertan.

La segunda fase del estudio permitirá determinar la muestra representativa a través de la cual se implementaran entrevistas estructuradas y encuestas en hoteles que ofertan sus servicios en la localidad de Chapinero, seleccionada por ser una de las que concentra no solo mayor número de hoteles, sino de turistas extranjeros. Los desafíos a verificar en los hoteles hacen referencia a:

- Infraestructura
- Implementación y manejo de plataformas tecnológicas
- Oferta de servicios
- Sostenibilidad
- Experiencias de sus clientes

Con lo anterior se establecerán cuáles han sido las estrategias implementadas que le han permitido a este sector del turismo, enfrentar un mercado cada vez más competitivo y en constante evolución; en donde la tecnología constituye un factor preponderante en los porcentajes de ocupación, calidad y un servicio cada vez más personalizado, que le permite al cliente encontrar valores agregados y experiencias diferentes en cada uno de sus viajes.

Finalmente con la información recolectada, se presentará un análisis detallado de resultados obtenidos, aportando al sector elementos confiables que contribuyan en la toma de decisiones acertadas en sus establecimientos.

2.-Referentes teóricos

Dentro de los principales referentes a considerar se encuentran la Organización Mundial del Turismo - OMT, El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MinCIT, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia – Min TIC, CITUR, COTELCO e instituciones y demás representantes del Turismo y la Hotelería. A nivel documental se fundamenta en la Política Distrital de Turismo 2017 – 2030 “Lineamientos”, donde se denota a Bogotá entre los primeros 20 lugares de destino turístico de impacto internacional al ser una ciudad cosmopolita, es decir con gran variedad para mostrar y eventos de impacto internacional; Plan de Desarrollo Bogotá mejor para todos 2016 – 2020 “Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá Región”¹

¹ Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. en colaboración con el Gabinete Distrital. Plan de Desarrollo Bogotá mejor para todos 2016- 2020.

establece en materia de oferta de alojamiento la importancia del ingreso de cadenas hoteleras internacionales como Marriot, Hilton, Holiday Inn, W y NH elevando la calidad de vida del sector hotelero y especialmente para el segmento de negocios, es decir la ciudad cuenta con una oferta de habitaciones por explotar, se busca también desarrollar otros productos innovadores como el turismo de negocios y eventos trabajando con el clúster para potenciar este nicho de mercado, generando el vínculo de complementariedad con los otros tipos de turismo en Bogotá-Región; Plan Ambiental Local Chapinero Mejor para todos 2017 – 2020 contribuyendo a la protección del medio ambiente y elevando la calidad de vida de los pobladores, y el Plan Local de Cultura 2012 – 2021 “Localidad de Chapinero” dentro de sus objetivos planteados, propende por la iniciativas de los agentes en los subcampos de las prácticas culturales y el patrimonio cultural material e inmaterial. Lo anterior permite evidenciar de manera asertiva la proyección del sector en la localidad objeto de estudio.

2.1 Conceptos Básicos

Tendencias del Turismo

Teniendo en cuenta la connotación que encierra la palabra tendencia como formas, normas o lineamientos que se origina en diferentes ámbitos ya sea de la economía, la sociedad, la ciencia, y un sin fin de aspectos, que involucran determinadas actividades, incluso en el turismo.

Mercedes Camarero Rioja (2002) habla de la nueva demanda de turistas posmodernos que marcan una tendencia en España. Son personas que buscan una aventura y logran emocionarse con actividades culturales y de naturaleza, no suelen quedarse en hoteles sino en otro tipo de alojamientos, haciendo actividades que un turista tradicional no realizaría y preferiblemente en espacios no urbanizados. Por su parte Maribel Osorio García también expone un planteamiento similar (2010), al decir que a partir de la década de los años noventa del siglo pasado, el turista empezó a mostrar cambios, como el incremento de los viajes de interés especial basados en pasatiempos temporales, nuevos viajeros independientes que ya no buscan paquetes todo incluido, que buscan destinos ambientalmente planificados y socialmente responsables. Es decir, es un modelo de turismo alternativo, posfordista o postindustrial, más preocupado por los impactos ambientales, económicos y sociales que se suscitan en los destinos turísticos. Surgen entonces conceptos como el turismo de "New Age" (Muñoz, 2011), que puede ser interpretado como una nueva tendencia, según la cual cierta parte de la sociedad mundial empieza a responder a la occidentalización, a la materialización del planeta. Centros comerciales hay en todo el mundo, cada vez son más similares así estén en Colombia o en Japón. La comida es la misma. Todo lo local se ha ido perdiendo, lo natural se ha desvalorizado, la cultura se pierde, entre otros. El turismo de nueva era, como le llama Aníbal Muñoz, busca filosofar sobre el mundo, la vida y el yo. En su artículo dice acerca de esta nueva corriente de turistas que "para ellos la naturaleza significa una realidad independiente de cualquier representación, imagen o concepto, donde se puede encontrar un hogar" (ídem). Hasta la infraestructura que se crea para este fin tiene una concepción muy diferente al paradigma tradicional. (Bonilla, J. 2013)

Infraestructura Turística

Contempla el desarrollo de infraestructura para el sector turismo en áreas relacionadas con la construcción, adecuación y dotación de establecimientos y edificaciones hoteleras y de interés

turístico, así como la puesta en marcha de actividades turísticas no convencionales. (Findeter. 2016)

Plataformas Tecnológicas

Son estructuras público-privadas de trabajo en equipo lideradas por la industria, en las que todos los agentes de Ciencia-Tecnología-Innovación interesados en un campo tecnológico trabajan conjunta y coordinadamente para identificar y priorizar las necesidades tecnológicas, de investigación y de innovación a medio o largo plazo. Su principal objetivo es conseguir los avances científicos y tecnológicos que aseguren la competitividad, la sostenibilidad y el crecimiento del tejido empresarial, alineando las estrategias de los diferentes agentes y concentrando los esfuerzos de I+D+i. (ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, España 2018).

Turismo Sostenible

Turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos y sus valores tradicionales, para contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos, servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los

problemas de la sostenibilidad y fomenta en ellos unas prácticas turísticas sostenibles. (UNWTO - OMT)

Experiencia del Cliente

Se trata de un sustantivo y un verbo y se utiliza de diversas maneras para transmitir un proceso en sí mismo, participando en una actividad, en el afecto, el pensamiento o la emoción que se siente a través de los sentidos o la mente, e incluso se puede decir que se vive una experiencia por medio de una habilidad o aprendizaje. Por lo tanto, no siempre es claro si la experiencia es activa o pasiva para el participante, ya sea porque se producen resultados concretos, como el aprendizaje o el desarrollo de habilidades o si la misma requiere interacción o no. Pine y Gilmore (1998, p.98) afirman que una experiencia ocurre «cuando una empresa utiliza los servicios de forma intencionada, sus productos como accesorios, y existe un compromiso con los clientes de crear un evento memorable». (Barrios 2012).

2.2 Proyecciones del Turismo

El turismo continúa posicionándose cada vez más como un importante factor de incidencia en la economía con proyecciones cada vez más significativas generando impactos notables a nivel mundial y en cada una de las diferentes regiones y países que las conforman, incluso muy por encima de las proyecciones estimadas a corto, mediano y largo plazo.

Lo anterior se evidencia claramente, en el aumento del 7% de llegadas de turistas internacionales en 2017 muy superior a la tendencia del 4% o más que se venía registrando desde 2010 según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial; los resultados de 2017 por regiones, registran llegadas de turistas internacionales en **Europa** con un notable crecimiento del 8%, **Asia y el Pacífico** (+6%), Las **Américas** (+3%), en donde Sudamérica (+7%) encabezó el crecimiento, seguida de Centroamérica y el Caribe (ambas +4%), **África** con un estimado del 8%, y **Oriente Medio** (+5%).

Las perspectivas económicas y la previsión del Grupo de Expertos de la OMT, anticipa que las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerán a un ritmo de entre el 4% y el 5% en 2018; una tasa ligeramente superior al 3,8% de crecimiento medio previsto por la OMT para el periodo 2010-2020 en su informe *Tourism Towards 2030* (El turismo hacia 2030), una previsión a largo plazo. Se anticipa que Europa y las Américas crecerán entre el 3,5% y el 4,5%, Asia y el Pacífico entre el 5% y el 6%, África entre el 5% y el 7% y Oriente Medio entre el 4% y el 6%.²

En Colombia según el informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo WTTC, esta se consolida como uno de los motores de la economía, su contribución nominal fue de 53,41 billones de pesos, un leve aumento de 0,22% frente a los 53,29 billones obtenidos en 2016; el aporte del turismo al PIB fue de 5,8% para el 2017. (MinCIT, marzo 2018). Durante el mes de mayo, las llegadas de extranjeros no residentes crecieron 35,6% respecto al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año aumentaron 45,6%, lo que implica un incremento de 537.502 viajeros. Los países con mayor contribución a la llegada de extranjeros en el periodo de enero a mayo de 2018 representado en un 55.7% fueron: Venezuela (34,8%), Estados Unidos (14,4%) y Argentina (6,4%). (Boletín Mensual de Turismo – Mayo 2018).

² UNWTO. Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. PR No.: 18003 15 de enero de 2018.

Tabla 1. Llegada de Extranjeros a Colombia

	2017	2018	Var 18/17
Mayo	230.361	312.442	35,63%
Enero - Mayo	1.178.474	1.715.976	45,61%

Fuente: Migración Colombia, cálculos OEE. Mayo 2018

Dentro de las tendencias del turismo y los retos para el sector en el presente año, FITUR establece la necesidad de combatir la turismo fobia y gerintrificación (desplazamiento masivo de locales de sus zonas habituales de residencia en el centro de las ciudades, provocada por la turistificación y proliferación de viviendas turísticas), las viviendas y apartamentos turísticos generando competencia desleal para hoteles y establecimientos que si cumplen las normas siendo necesario una legislación moderna y adaptada a la realidad, la formación para garantizar la calidad siendo importante aprender a gestionar nuestro talento en el sector turístico para alcanzar la excelencia necesaria, la sostenibilidad muy de la mano con la gestión de visitantes y clientes de muchos destinos; la hipersegmentación que consiste en dar a cada viajero lo que busca, la era de la experiencias personalizadas apostando por satisfacer al cliente por la vía del sentimiento y no tanto por el producto. Así mismo la creatividad en el turismo, la hibridación y partners entre marcas, una apuesta por lo audiovisual e invertir para mejorar. (Arenas N. FITUR 2018).

2.3 Tendencias en la Hotelería

La industria hotelera en todo el mundo enfrenta cambios importantes en razón a la globalización y la facilidad con que los clientes pueden acceder en tiempo real a información desde y hacia cualquier lugar del mundo, denotando principalmente las percepciones registradas por usuarios que acceden a todo tipo de servicios en los diferentes hoteles que visitan.

Factores como la incorporación de plataformas tecnológicas como Airbnb, la posición de dominio de OTA³ como Booking Holding y Expedia en la cadena de distribución, así como una creciente consolidación como se ha visto con Starwood Hotels & Resorts Worldwide y Fairmont Raffles Hotels International (FRHI), están teniendo un gran impacto en las cadenas tradicionales y sus modelos de negocio. aunque la mayor parte de ellas afrontan retos y oportunidades similares, no existe un único enfoque para dar respuesta a estas nuevas dinámicas y los grandes actores del sector están actuando de manera diferente: - Marriott International busca las economías de escala con la adquisición de Starwood y las alianzas con partners estratégicos como Alibaba; Accorhotels está comprando startups y plataformas de tecnología hotelera; Hilton Worldwide está destinando inversiones específicas a sus propias

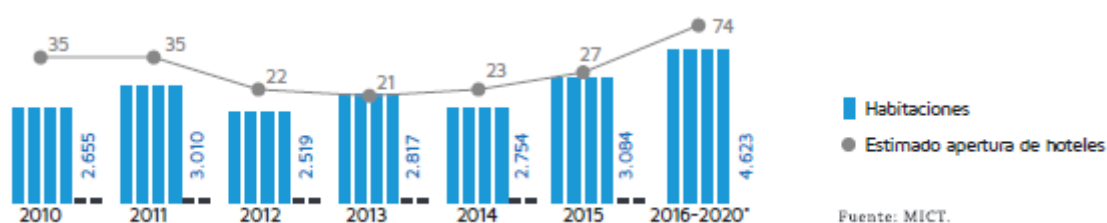
³ OTA (Online Travel Agency) siendo la sigla utilizada para las Agencias de Viajes Online, son sitios web dedicados principalmente a la venta de servicios dentro del sector de viajes. Este tipo de sitios se pueden basar en comentarios y críticas de destinos turísticos, hoteles y restaurantes como es el caso de **Trip Advisor**, en la venta de vuelos y hoteles como sucede con **despegar.com** o en la renta de casas y departamentos de particulares a precios realmente económicos, incluso pueden ser una combinación de varios servicios. Tomado de Entorno Turístico – Hablemos de turismo. <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-ota/>

capacidades tecnológicas; e Inter Continental Hotels Group (IHG) ha invertido decididamente en el segmento del life style, en el que ahora tiene el mayor número de habitaciones.

Dentro de los cambios producidos en las últimas décadas encontramos el paso de las empresas hoteleras de un modelo de propiedad de activos a otro de marcas de consumo, la separación continua del modelo hotelero en inmobiliario, operaciones, distribución y marcas; los branded residences (apartamentos con servicios hoteleros) se posicionan firmemente en el segmento del lujo, aunque más allá de ellas aún existe un gran potencial para enfocarse a un mercado mucho más amplio expandiendo sus servicios y experiencias diarias”; el concepto de la economía de la experiencia describe la transición de una economía enfocada en productos y servicios a otra experiencial. Asimismo, la combinación de los avances en tecnología como el cambio de valores de los consumidores se tradujo en el éxito de las redes sociales y plataformas comerciales de 'economía colaborativa'. La clase reside en ampliar los productos y servicios más allá de la estancia. (Escuela Hotelera de Lausanne 2018).

Para Colombia las proyecciones son buenas, la exención de impuestos por un término de 30 años para servicios prestados en hoteles nuevos cuya construcción se inicie antes del 31 de diciembre de 2017, concedida por la Presidencia de la República mediante el Decreto 463 de 2016 ha sido un factor determinante en los procesos de inversión extranjera para el país y el crecimiento del sector como se observa en la gráfica 1.

Gráfico 2. Crecimiento actual y proyecciones en hoteles y habitaciones en Colombia al 2020.



Fuente: PROCOLOMBIA, 2016.

A partir de los datos de Migración Colombia, el motivo de viaje de mayor participación fue: Vacaciones, recreo y ocio 82,7% seguido de Negocios y motivos profesionales 9,9%. En lo corrido del año, se presenta un crecimiento de 45,6% de llegadas respecto al año anterior.

Tabla 2. Motivos de Viaje

	Mayo			Enero - Mayo		
	2017	2018	% Var	2017	2018	% Var
1_Vacaciones, recreo y ocio	169.439	251.638	48,5%	903.317	1.419.088	57,1%
9_Negocios y motivos profese	40.151	36.805	-8,3%	172.895	170.359	-1,5%
8_Otros motivos	13.756	16.917	23,0%	73.642	92.629	25,8%
3_Educación y formación	5.336	4.598	-13,8%	20.069	20.805	3,7%
4_Salud y atención médica	1.413	1.900	34,5%	6.757	9.778	44,7%
7_Tránsito	152	97	-36,2%	1.059	1.230	16,1%
5_Religión y peregrinacione:	114	113	-0,9%	735	698	-5,0%
2_Visitas a familiares y amiñ	0	374		0	1.389	
Total general	230.361	312.442	35,6%	1.178.474	1.715.976	45,6%

Fuente: Migración Colombia. Extranjeros no residentes. Cifras organizadas acumulado último año.

Lo anterior se corrobora mediante la muestra mensual de hoteles reportada por el DANE⁴, registrando una tasa de ocupación de 53.3% para abril de 2018 reflejando un crecimiento sostenido para los mismos periodo a partir del 2005, constituyéndose en la más alta en los últimos 13 años.

Gráfico 2. Porcentaje de Ocupación Hotelera abril 2005 - 2018



Fuente: DANE. MMH – Muestra Mensual de Hoteles. Junio 2018.

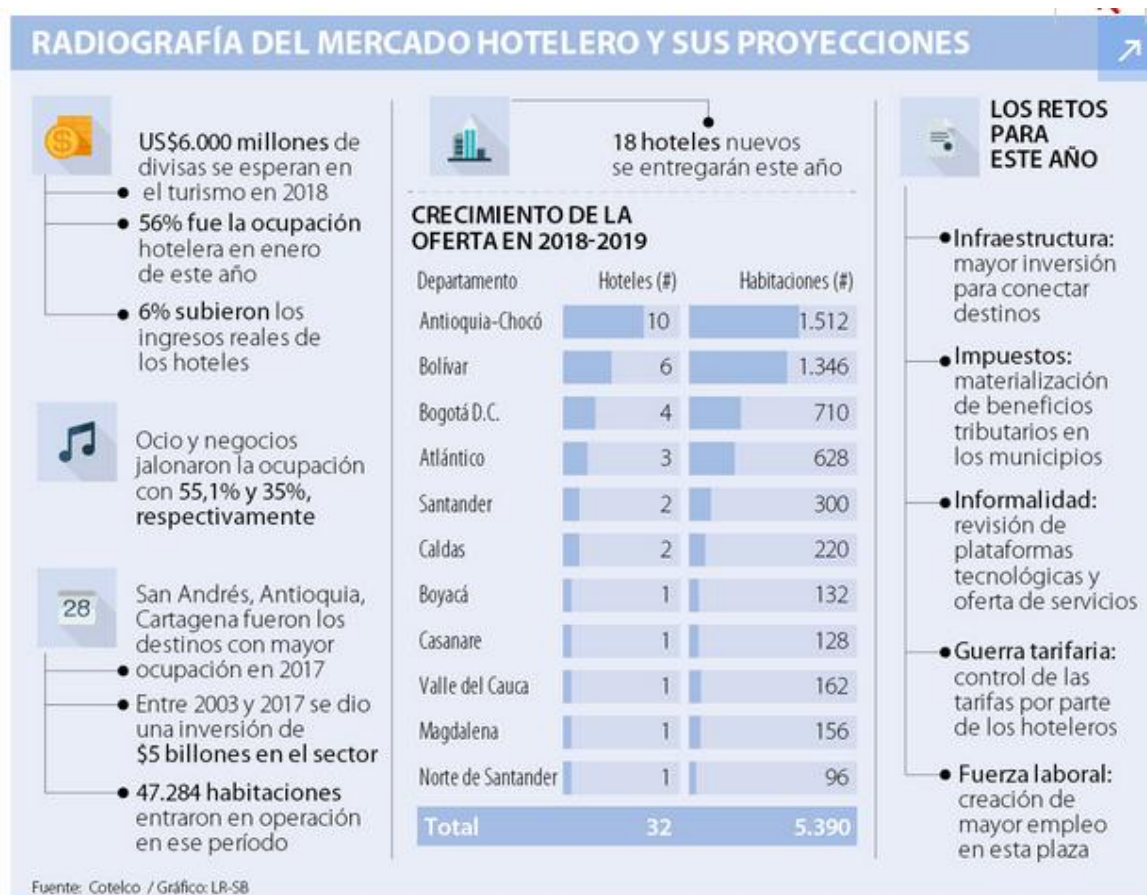
Los ingresos reales de los hoteles registraron una variación anual de 8,6% en abril de 2018. Este comportamiento se explica principalmente por el aumento de los ingresos relacionados con alojamiento y el incremento de eventos corporativos. (DANE 2018).

El buen resultado de la industria hotelera refleja el potencial que tiene el país con nuevos productos como el turismo de naturaleza, avistamiento de aves, ecoturismo y el turismo gastronómico especialmente en las zonas de posconflicto.

Dentro de los cinco retos a superar en el sector hotelero en 2018 se encuentra la creación de un Ministerio de Turismo lo cual permitirá grandes oportunidades de inversión, la formalización de plataformas como Airbnb en razón a que hay muchísimas casas y fincas que no están en el Registro Nacional de Turismo y eso implica que están dando unas tarifas muy bajas y colocan en riesgo a los turistas”, la reconversión de destinos, la infraestructura, el ingreso al entorno digital y a la promoción de nuevas plazas de empleo. Este último punto debido a que a los hoteleros les preocupa que los tradicionales esquemas de promoción ya no están impactando directamente al cliente. En esta materia, los empresarios creen que es necesario invertir en nuevas estrategias online que no ayuden a diversificar los servicios, sino a segmentar muy bien a los clientes: ya sean usuarios de negocios o de vacaciones. (La República. 2018).

⁴ DANE – Departamento Administrativo Nacional de Estadística, MMH (Muestra Mensual de Hoteles). La actividad hotelera como parte integral del sector turístico ofrece información estadística coyuntural a través de índices y variaciones con los cuales se construyen indicadores de producción y específicos de los hoteles en el corto plazo. Su periodicidad es mensual.

Gráfico 3. Radiografía del Mercado Hotelero y sus Proyecciones para el 2018



Fuente: COTELCO / Gráfico: LR-S8. Marzo 2018.

2.4 Localidad de Chapinero

La capital de Colombia cuenta con una división administrativa de 20 localidades o distritos para ofrecer a los ciudadanos redes de servicios públicos como infraestructura vial, entretenimiento y abastecimiento de productos. (Alcaldía Mayor de Bogotá. 2018)

Cada una tiene alcalde propio, llamado Alcalde Menor, y una Junta Administradora Local (JAL).

Figura 1. Mapa de Bogotá y sus Localidades



Fuente: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

La zona norte de Bogotá está conformada por las localidades de Usaquén, Chapinero y Suba; la localidad de Chapinero se encuentra en el centro del área urbana de Bogotá, integrada por 5 Unidades de Planeación Zonal (PUZ): El refugio clasificada como residencial cualificado, San Isidro Patios como residencial de urbanización incompleta, Pardo rubio como residencial consolidado, Chicó Lago y Chapinero como comerciales; en este sector se localiza la operación estratégica Centro histórico – Centro Internacional, cuyas directrices principales son: fortalecer y posicionar el centro como nodo internacional, nacional y regional, proteger el patrimonio cultural y promover la renovación urbana. Es la localidad con mayor participación dentro del total de activos del distrito con una concentración del 45, 8%, se destaca la participación del comercio, restaurante y hoteles con 4,3 %, en la actualidad cuenta aproximadamente con 166.00 habitantes. (Alcaldía Mayor de Bogotá. 2004)

El Instituto Distrital de Turismo evidencia en el Plan Maestro de Turismo del 2011 a Chapinero central, dentro de las 19 zonas de Interés Turístico ZIT establecidas en Bogotá, clasificándola en la tipología mixta cultural/negocios, siendo importante fortalecer el transporte turístico y la identidad de su patrimonio a través de la localización de comercios de alta calidad.

3.-Metodología

La investigación se fundamenta en una base cualitativa, que para Hernández (2012) corresponde a un estudio integrado y por tanto constituye una unidad de análisis; por su parte Cerda (2011) refiere que la investigación cualitativa hace alusión a caracteres, atributos o facultades no cuantificables que pueden describir, comprender o explicar los fenómenos sociales o acciones de un grupo o del ser humano; para González (2013), tiene como propósito la construcción de conocimiento sobre la realidad social, a partir de las condiciones

particulares y las perspectivas de quienes la originan y la viven⁵. Lo anterior permite establecer una muestra representativa a través de la técnica de muestreo aleatorio simple que permite determinar mediante la aplicación de encuestas y entrevistas estructuradas a clientes, empresarios, administradores y demás colaboradores de los hoteles seleccionados, información relevante para la investigación y su fundamentación bibliográfica, con relación a los desafíos afrontados por los hoteles en cuanto a:

- Infraestructura
- Implementación y manejo de plataformas tecnológicas
- Oferta de servicios
- Sostenibilidad
- Experiencias de sus clientes

4.-Discusión de Resultados

La revisión documental permite evidenciar el gran potencial que tiene Colombia a nivel del turismo, en donde su dinámica genera grandes aportes y proyecciones para la hotelería, en especial para la ciudad de Bogotá. Así mismo representa una gran oportunidad de medir y comprender la forma en que las instituciones gubernamentales orientan sus esfuerzos y gestionan los recursos en torno a las necesidades y proyecciones para este importante sector de la economía; lo que permitirá a su vez tener una visión mucho más aterrizada sobre los elementos constitutivos del estudio a realizar en la localidad de Chapinero, en torno no solo al tipo de turismo que maneja, los atractivos que la constituyen, oferta de servicios que presenta si es adecuada, suficiente y acorde al tipo de turista que nos visita, conocimiento y manejo de plataformas tecnológicas y procesos de sostenibilidad.

5.-Conclusiones Parciales

Dentro de las veinte localidades que constituyen la ciudad de Bogotá, Chapinero representa una excelente oportunidad de estudio no solo por su ubicación sino por la gran variedad de hoteles que concentra ocupando el segundo lugar con un 21,5%.

Al constituir el primer lugar en cuanto a mayor oferta de habitaciones y una de las de mayor recepción de turistas extranjeros y nacionales, permite enriquecer la investigación al propiciar de manera conjunta la recolección y análisis de la información entorno a las variables que se analizarán, con relación a los desafíos afrontados por los hoteles en cuanto a:

- Infraestructura
- Implementación y manejo de plataformas tecnológicas
- Oferta de servicios
- Sostenibilidad
- Experiencias de sus clientes

⁵ Portilla, Rojas y Hernández. Investigación Cualitativa: una reflexión desde la educación como hecho social. Universidad Cooperativa de Colombia. Año 3 Vol. 3 No. 2 – 2014 (pág. 91)
[revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/download/2192/pdf 34](http://revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/download/2192/pdf/34)

6.-Bibliografía

- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. en colaboración con el Gabinete Distrital. Documento Plan de Desarrollo Bogotá mejor para todos 2016- 2020, “Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá Región”
- www.ipes.gov.co/images/.../Acuerdo_645_de_2016_plan_de_desarrollo_2016-2020...
- Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte; Dirección de Arte, Cultura y Patrimonio y la Subdirección de Prácticas Culturales, 2011. Documento Plan local de cultura 2012 – 2021 Localidad de Chapinero. <http://www.bogota.gov.co/localidades/chapinero>
- Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaria Distrital de Ambiente y la Alcaldía Local de Chapinero. Documento Plan Ambiental Local de Chapinero 2017 – 2020. Enero de 2017. oab.ambientebogota.gov.co/apc-aa-files/.../palchapinero2017a2020.pdf
- Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C., Instituto Distrital de Turismo y Observatorio de Turismo. Documento “Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Bogotá”. Diciembre 2016.
- www.sitbog.gov.co/download/127520170210054310.pdf?dir=%2F...
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Bogotá mejor para todos. Mapa Localidad de Chapinero.
- <http://www.chapinero.gov.co/content/upz-la-localidad-chapinero>
- Alcaldía Mayor de Bogotá, D.C. Bogotá y sus localidades. Consultado el 28 de mayo e 2018 en: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-y-sus-localidades>
- Arenas N. (2018) “Tendencias del turismo 2018 con motivo de Fitur y restos del sector”. La viajera empedernida. Ferias, varios.
- <https://www.laviajeraempedernida.com/tendencias-turismo-2018-con-motivo-de-fitur-y-retos-del-sector/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaria de Hacienda, Departamento Administrativo de Planeación. Recorriendo Chapinero. Diagnóstico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá, D.C. 2004. Consultado el 16 de mayo de 2018 en:
- www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/.../Recorriendo%20CHAPINERO.pdf
- Barrios Marcelo. Marketing de la Experiencia: principales conceptos y características. Palermo Business Review No. 17. 2012. ISSN 0328-5715. ISSN 2524-955X
- www.palermo.edu/economicas/PDF_2012/PBR7/PBR_04MarceloBarrios.pdf
- Bohórquez Guevara Kevin Steven “Los cinco retos a superar en el Sector Hotelero en 2018”. LR “La República”. 20 de marzo de 2018.
- <https://www.larepublica.co/empresas/los-cinco-retos-a-superar-en-el-sector-hoteler-en-2018-2612186>

- Bonilla, J. (2013). "Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de la información y las comunicaciones" en *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. XIV, pp. 33-45. Universidad Externado de Colombia.
- <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3713/4064>
- DANE – información estratégica. Muestra Mensual de Hoteles – MMH. Ocupación Hotelera abril de 2018.
- <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/muestra-mensual-de-hoteles-mmh>
- Entorno Turístico – Hablemos de turismo. Definición de OTA. Revista digital. Consultado en mayo 28 2:31 p.m. <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-ota/>
- Escuela Hotelera de Lausanne (2018) “Cómo será el futuro modelo de negocio de las cadenas hoteleras”. Holsetur 138.
- https://www.hosteltur.com/127684_como-sera-futuro-modelo-negocio-cadenas-hoteleras.html
- Findeter (Agosto 29 de 2016). "Sector infraestructura turística" Min hacienda. Gobierno de Colombia.
- www.findeter.gov.co/publicaciones/sector:_infraestructura_turistica_pub
- Instituto Distrital de Turismo, documento técnico de soporte Plan Maestro de Turismo Bogotá D.C., diciembre 2011. Recuperado en: mayo 20 de 2018.
- www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/Documento_tecnico_de_soporte.pdf,
- La Política Distrital de Turismo 2017 – 2030 “Lineamientos”
- <http://www.bogota.gov.co/content/temas-de-ciudad/turismo/bogota-entre-20-mejores-destinos-turisticos-del-mundo>
- MinCIT. Oficina de Estudios Económicos. Documento Boletín Mensual Turismo mayo 2018.
- http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16590/informes_de_turismo
- MinCIT. Turismo en Colombia crecerá 3,2% en 2018, según Consejo Mundial de Viajes y Turismo. Bogotá, 27 de marzo de 2018.
- http://www.mincit.gov.co/publicaciones/imprimir/40284/turismo_en_colombia_crecer_a_32_en_2018_segun_el_consejo_mundial_de_viajes_y_turismo
- Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Gobierno de España. Definición Plataformas Tecnológicas. Ciencia e Innovación. Consultado mayo 28 de 2018, en:
- <http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.6f2062042f6a5bc43b3f6810d14041a0/?vgnextoid=844cb292d3ff4410VgnVCM1000001d04140aRCRD>
- Organización Mundial del Turismo UNWTO. Sustainable Development of Tourism. Definición.

<http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Portilla, Rojas y Hernández. Investigación Cualitativa: una reflexión desde la educación como hecho social. Universidad Cooperativa de Colombia. Año 3 Vol. 3 No. 2 – 2014 (pág. 91).

revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/download/2192/pdf_34

Universidad Francisco José de Caldas. Bogotá localidades – Alcaldías locales. Consultado el 28 de mayo e 2018 en:

<http://www1.udistrital.edu.co/universidad/colombia/bogota/localidades/>

UNWTO. Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. PR No.: 18003 15 de enero de 2018.

<http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>. Consultado en: Junio 24 de 2018 9:15 p.m.