

Artículo de investigación

¿Cuáles son las grandes innovaciones de superficies hoteleras a replicar en Villa de Leyva para modernizar la industria habitacional?

What are the great innovations in hotel surfaces to replicate in Villa de Leyva to modernize the housing industry?

Santiago Felipe Montoya Rodríguez

santiago.montoyar@usantoto.edu.co

2419872

Julián David Mojica Muñoz

julian.mojica@usantoto.edu.co

2413511

Especialización en Innovación y Marketing

Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja

2024

Resumen

La causa principal que genera la motivación para escribir el presente artículo, está pensada en generar una actualización en el modelo hotelero actual del municipio de Villa de Leyva, Boyacá, principalmente se convertirá en una *“herramienta de análisis”* para aquellos hoteles que quieran convertir la estadía de huéspedes en experiencias únicas e inigualables. Las innovaciones que se buscan aplicar, deben tener una acogida por aquellos usuarios finales, de lo contrario no sería una innovación. Su aplicabilidad estará enmarcada en una investigación descriptiva mediante un análisis en la recolección de datos, buscando preferencias, gustos y experiencias del huésped. Encontrará las innovaciones que realizan los grandes referentes de hotelería a nivel mundial, encontrando particularidades que hacen que la experiencia del cliente sea única, disfrutando de su estadía. La hotelería no está enfocada únicamente en una buena habitación y en un buen restaurante, va más allá, se trata de un conjunto de elementos articulados que le permiten al huésped disfrutar de un momento agradable, de confort, rodeado de diferentes elementos que trabajan en armonía para un mismo fin.

Es importante mencionar que, los hoteles que deseen aplicar las estrategias aquí planteadas, están enfocadas a un tipo de consumidor exclusivo, donde las innovaciones juegan un papel fundamental en el desarrollo del modelo de negocio con una ejecución presupuestal significativa. La construcción de la marca se enfocará en exclusividad. Un referente es el hotel Azulik de Tulum, México, el cual se caracteriza por sus creaciones, desde su arquitectura, las vivencias y las experiencias en la cuales está inmerso el huésped, como también los grandes referentes a nivel internacional, los cuales piensas en innovación día y noche los 365 días del año.

Palabras clave

Innovación, hotelería, exclusividad, experiencia, huésped, Villa de Leyva,

Abstract

The main cause that generates the motivation to write this article is intended to generate an update in the current hotel model of the municipality of Villa de Leyva, Boyacá, mainly it will become an “analysis tool” for those hotels that want to convert the guest stay in unique and unmatched experiences. The innovations that are sought to be applied must be welcomed by those end users, otherwise it would not be an innovation. Its applicability will be framed in a descriptive research through an analysis of data collection, seeking preferences, tastes and experiences of the guest. You will find the innovations carried out by the great hospitality leaders worldwide, finding particularities that make the customer experience unique, enjoying their stay. The hotel industry is not only focused on a good room and a good restaurant, it goes further, it is a set of articulated elements that allow the guest to enjoy a pleasant moment of comfort, surrounded by different elements that work in harmony. for the same purpose.

It is important to mention that hotels that wish to apply the strategies proposed here are focused on an exclusive type of consumer, where innovations play a fundamental role in the development of the business model with a significant budget execution. Brand building will focus on exclusivity. A reference is the Azulik hotel in Tulum, Mexico, which is characterized by its creations, from its architecture, the experiences and experiences in which the guest is immersed, as well as the great international references, which think of innovation. day and night 365 days a year.

Keywords

Innovation, hospitality, exclusivity, experience, huésped, Villa de Leyva.

Introducción

En el municipio de Villa de Leyva, Boyacá, se encuentra el modelo hotelero desactualizado, actualmente se están trabajando bajo el modelo tradicional, no se encuentra la ejecución del modelo innovador actual de grandes referentes de hotelería como lo son: Grand Hyatt Bogotá, Sazagua Hotel Boutique, Sofitel Legend Santa Clara Cartagena, Las Islas en Barú, Nácar Hotel Cartagena, Curio Collection by Hilton, Decameron Barú, entre otros hoteles que son de categoría mundial que cumplen y superan las expectativas del usuario nacional e internacional, teniendo en cuenta que Villa de Leyva se encuentra dentro de los destinos turísticos más visitados en Colombia según Travelgrafía quienes se encargan de conectar a viajeros apasionados por la naturaleza y la cultura con guías de viaje que inspiran a descubrir la Colombia inexplorada y recorrer Latinoamérica, es un aspecto de vital importancia para lograr estar a la vanguardia del mercado.

Lo anterior, se detectó a raíz de grandes diferencias que existen en la actualidad en hoteles que se encuentran dentro de los preferidos por locales y extranjeros, por ejemplo, una de las grandes diferencias es el conocido *“todo incluido”*, una de los grandes contrastes que es pertinente mencionar. Estas innovaciones se pueden encontrar en zonas hoteleras como Bocagrande (Cartagena), El Rodadero (Santa Marta) y Cancún (México), uno de los destinos internacionales más visitados y preferidos por muchos. Es importante mencionar que, Villa de Leyva guarda dentro de su identidad sus paisajes coloniales y sus tradiciones arquitectónicas, esto no quiere decir que el usuario quiere mantenerse

inmerso en esta época, por ello su estadía se debe enmarcar en comodidad, exclusividad, lujos y gustos.



Fuente: Alcaldía de Villa de Leyva

Como dato importante, Villa de Leyva cuenta con el certificado como destino turístico sostenible del país, por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, convirtiéndose en el octavo destino al recibir esta certificación del ICONTEC, bajo la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible NTS TS 001-1. Villa de Leyva se suma a la lista de destinos certificados en todo el país, como Puerto Nariño -Amazonas-, el Centro Histórico de Cartagena y el Centro Histórico de Santa Cruz de Mompóx en Bolívar, el Centro Histórico de Guadalajara de Buga en el Valle del Cauca, el Centro Histórico de Jardín, el Parque Arvi en Antioquia y el Centro Histórico de Ciénaga en el Magdalena.

El Plan de Desarrollo Departamental de Boyacá menciona los diferentes tipos de turismo que se desarrollan en Boyacá, dentro de ellos se encuentran: turismo de naturaleza con un 56.9% el cual se debe tener en cuenta y estudiar a la hora de establecer estrategias que visibilicen las diferencias competitivas y comparativas del municipio de Villa de Leyva, encontrando sus grandes diferencias que significan

tanto para los turistas y que por su parte priorizan. Por su parte, el turismo cultural aborda un 36.2%, turismo de bienestar 2.5% y el turismo de aventura con el 2,1% entre otros.

Es importante mencionar el origen de los turistas, en su mayoría provenientes del departamento de Cundinamarca (29%), Antioquia (10%), Santander (7%), Valle del Cauca (5%) y Casanare (4%). Además, se encuentran turistas que provienen principalmente de Alemania, Estados Unidos, Chile, México, Ecuador y Panamá. (Plan Departamental de Desarrollo de Boyacá - Nuestro gran plan es Boyacá 2024-2027).

Los municipios más visitados del departamento son Villa de Leyva, Aquitania, Tunja y Sogamoso, lo anterior es un trabajo que articula el departamento con los diferentes municipios, promocionando los destinos bajo las marcas “Boyacá es para vivirla” y “Soy Boyacá” adoptadas mediante la ordenanza 009 de 2019. Lo anterior se puede evidenciar en la competitividad turística, en el año 2022 Boyacá ocupó el puesto 11 con una calificación de 5,49 evaluando categorías como ambiental, cultural, económica, empresarial, estrategia de mercado, gestión de destino, infraestructura y social. (Ordenanza 009 de 01 junio de 2024. (2024, 1 junio).

Al mismo tiempo, se evaluó el desarrollo y la sostenibilidad teniendo en cuenta el fortalecimiento de la infraestructura turística y desarrollo de estrategias de turismo responsable y sostenible, buscando posicionar al departamento de Boyacá como un destino seguro e inclusivo con un talento humano fortalecido, Actualmente cuenta con 4,5 km de ciclovías, formando una red total de 21.48 km en Boyacá, promoviendo el turismo sostenible, lo anterior es una alternativa para crear

estrategias para fortalecer el ecoturismo. (Ordenanza 009 de 01 junio de 2024. (2024, 1 junio).

Es importante mencionar que se ha venido trabajando en la reactivación económica y desarrollo integral, Villa de Leiva, junto con otros municipios de la provincia de Ricaurte, está participando en una estrategia de reactivación económica que busca posicionar la provincia como un corredor de turismo sostenible. Esta estrategia incluye proyectos que promueven el cuidado y la conservación de los recursos naturales y saberes campesinos. En este sentido, es preciso afirmar que se debe fortalecer el contexto turístico, alineando las estrategias del departamento con la afluencia turística y los proyectos que fortalezcan el desarrollo y la infraestructura, de esta manera Villa de Leyva seguirá siendo uno de los municipios más visitados de todo Colombia, albergando turistas como ellos lo desean, en hoteles exclusivos que les permitan permanecer cómodos en su estadía, disfrutando de las experiencias gastronómicas, ambientales y extremas del municipio.

Respecto al desempeño de la actividad hotelera Boyacá tuvo un incremento significativo en la actividad hotelera, según cifras proporcionadas por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO). Este incremento está relacionado con la mejora en la conectividad vial y aérea, así como con el aumento de la oferta turística en el departamento. El hotel Sochagota en Paipa es propiedad del Instituto de Fomento y Desarrollo de Boyacá (IDEBOY) y está administrado por la organización D'Acosta mediante un contrato de arrendamiento. En los últimos dos años, el hotel ha generado utilidades por \$3,412,177,435.67. Por otra parte, el hotel Turístico de Soatá fue declarado bien de interés cultural del ámbito departamental. La Secretaría de Cultura y Patrimonio de Boyacá y el Consejo Departamental de

Patrimonio Cultural están a cargo de su conservación y restauración. La Casona del Salitre museo ha sido declarado Bien de Interés Cultural y Patrimonial a nivel nacional. Actualmente se encuentra en un proceso de restauración en su primera etapa, bajo un convenio con el Departamento y el IDEBOY. (Ordenanza 009 de 01 junio de 2024. (2024, 1 junio).

En el dinámico mercado turístico de Villa de Leyva, Colombia, la innovación en marketing hotelero no es solo una ventaja, sino una necesidad imperativa. En un entorno donde la oferta cultural e histórica es abundante pero la competencia es feroz, destacarse mediante prácticas innovadoras no solo atrae a los visitantes potenciales, sino que también fortalece la fidelización y satisfacción del cliente. Desde la implementación de tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia del huésped hasta la creación de experiencias personalizadas y auténticas que conecten emocionalmente con los viajeros, la innovación no solo impulsa la diferenciación competitiva, sino que también posiciona a los hoteles como líderes en la creación de tendencias y en la entrega de valor agregado. En un destino tan especial como Villa de Leyva, la capacidad de innovar en marketing no solo asegura el éxito a corto plazo, sino que también establece bases sólidas para un crecimiento sostenible y una reputación duradera en la industria turística.

En el dinámico mercado turístico de Villa de Leyva, Colombia, la innovación en marketing hotelero no es solo una ventaja, sino una necesidad imperativa. En un entorno donde la oferta cultural e histórica es abundante pero la competencia es alta, destacarse mediante prácticas innovadoras no solo atrae a los visitantes potenciales, sino que también fortalece la fidelización y satisfacción del cliente. Desde la implementación de tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia del huésped hasta la creación de experiencias personalizadas y auténticas que

conecten emocionalmente con los viajeros, la innovación no solo impulsa la diferenciación competitiva, sino que también posiciona a los hoteles como líderes en la creación de tendencias y en la entrega de valor agregado. En un destino tan especial como Villa de Leyva, la capacidad de innovar en marketing no solo asegura el éxito a corto plazo, sino que también establece bases sólidas para un crecimiento sostenible y una reputación duradera en la industria turística.

Es importante mencionar que el trabajo articulado de innovación y marketing con el sector turístico, se puede participar directamente e indirectamente en los siguientes objetivos de desarrollo sostenible – ODS.

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico: La innovación en marketing hotelero puede contribuir al crecimiento económico sostenible al atraer más turistas, generar empleo local y mejorar la competitividad de las empresas locales.

ODS 9: Industria, innovación e infraestructura: La implementación de tecnologías avanzadas y prácticas innovadoras en los hoteles de Villa de Leyva contribuye directamente a este objetivo, promoviendo la innovación en la industria turística local.

ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles: Fomentar prácticas innovadoras en el marketing hotelero no solo mejora la experiencia del turista, sino que también contribuye a la gestión sostenible de destinos turísticos como Villa de Leyva, garantizando su conservación y desarrollo sostenible.

ODS 12: Producción y consumo responsables: La innovación en marketing puede promover prácticas de turismo responsable y sostenible, reduciendo el impacto ambiental y fomentando el consumo responsable de recursos locales.

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos: Fomentar la colaboración entre hoteles, autoridades locales, y la comunidad en general para adoptar prácticas innovadoras en marketing puede fortalecer las alianzas necesarias para alcanzar los ODS de manera integrada y efectiva.



Fuente: Departamento Nacional de Planeación - DNP

Villa de Leyva puede contribuir significativamente a varios ODS, al impulsar el desarrollo económico local, mejorar la calidad de vida de la comunidad, promover la conservación del patrimonio cultural y natural, y fortalecer las alianzas entre actores locales y globales para un turismo más sostenible, alineado con el Plan

Departamental de Desarrollo de Boyacá “*Nuestro gran plan es Boyacá*” así como también el Plan de Desarrollo 2024 – 2027 de Villa de Leyva “*Amor por Villa de Leyva*”

OBJETIVOS

Objetivo general:

Realizar un análisis e identificar las grandes innovaciones que se aplican en las superficies hoteleras y estudiar su aplicabilidad y pertinencia en el municipio de Villa de Leyva.

Objetivos específicos:

1. Establecer cuáles innovaciones se podrían aplicar una vez se hayan determinado los gustos y preferencias de los consumidores y clientes potenciales a través de la aplicación del instrumento (encuesta).
2. Brindar una consultoría al proyecto hotelero: “*Casa Guaia*”, en la cual puedan identificar los resultados de las preferencias que arrojó la investigación realizada, de esta manera podrán identificar las diferentes estrategias preferidas por los turistas del municipio de Villa de Leyva para su posible aplicación.

Metodología

El presente artículo se desarrolla bajo el tipo de investigación descriptiva, concluyente, desarrollada a través del estudio y análisis de las superficies hoteleras (referentes), como también a través del diseño de un instrumento (encuesta) para descubrir las preferencias de los huéspedes al momento de seleccionar y visitar un hotel. Los sujetos de investigación serán tomados a partir de un muestreo aleatorio.

Una vez se identifican las grandes innovaciones que realizan los referentes hoteleros a nivel internacional, se aplicará el instrumento (encuesta) para comprender la importancia que le da cada turista a cada innovación identificada. En este sentido, se podrá establecer como una *“herramienta de análisis y autoevaluación”* para su aplicabilidad en la industria hotelera del municipio de Villa de Leyva, Boyacá.

Desarrollo

Las innovaciones en la industria hotelera a nivel internacional son variadas y constantemente evolucionan. Algunas de las tendencias más destacadas incluyen la implementación de tecnología de inteligencia artificial para personalizar la experiencia del huésped, el uso de energías renovables para reducir la huella de carbono, el diseño de espacios sostenibles y eco-friendly, la integración de sistemas de automatización para mejorar la eficiencia operativa, la creación de experiencias inmersivas y personalizadas para los huéspedes, entre otras. En Colombia, algunas de estas innovaciones aún no se han implementado en su totalidad, pero el sector hotelero local está en constante evolución y adaptación a las nuevas tendencias internacionales.

A continuación, se enlistan diez (10) innovaciones que están presentes en hotelería internacional que aún no se encuentran ejecutándose en el municipio de Villa de Leyva, Boyacá, Colombia.

- 1. Check-in y check-out sin contacto:** Muchos hoteles internacionales han implementado tecnologías que permiten a los huéspedes realizar el check-in y check-out de manera completamente remota a través de aplicaciones móviles o quioscos automáticos, eliminando la necesidad de interactuar con

el personal del hotel. Las siguientes alternativas se puede tener a consideración dependiendo de cuál es la necesidad principal y las preferencias del huésped, garantizando la seguridad y privacidad de datos.

- 1.1 Aplicaciones móviles del hotel:** Desarrollar una aplicación móvil dedicada para el hotel donde los huéspedes puedan registrarse, seleccionar su habitación, realizar pagos y recibir notificaciones sobre su estancia. Esta aplicación también puede proporcionar información sobre servicios del hotel, atracciones locales y ofertas especiales.
- 1.2 Kioscos de auto check-in:** Instalar quioscos automáticos en el lobby del hotel donde los huéspedes puedan completar el proceso de check-in ellos mismos. Estos quioscos pueden estar equipados con pantallas táctiles intuitivas y lectores de documentos para escanear pasaportes o identificaciones.
- 1.3 Check-in en línea:** Permitir que los huéspedes realicen el check-in en línea a través del sitio web del hotel antes de su llegada. Esto les dará la opción de proporcionar la información necesaria y seleccionar sus preferencias de habitación antes de su llegada, agilizando el proceso cuando lleguen al hotel.
- 1.4 Sistemas de mensajería instantánea:** Implementar sistemas de mensajería instantánea como WhatsApp, Facebook Messenger o SMS para que los huéspedes puedan comunicarse con el personal del hotel y completar el proceso de check-in y check-out de manera virtual.
- 1.5 Tecnología de reconocimiento facial:** Si la privacidad y la seguridad lo permiten, se puede considerar la implementación de tecnología de reconocimiento facial para identificar a los huéspedes al llegar al hotel y completar automáticamente el proceso de check-in.

2. Habitaciones inteligentes: Las habitaciones de hotel equipadas con dispositivos inteligentes controlados por voz o aplicaciones móviles permiten a los huéspedes personalizar su experiencia, ajustando la temperatura, la iluminación y otros servicios con facilidad. Dentro de las características principales que tiene una habitación inteligente se encuentra:

2.1 Control de temperatura: Los huéspedes pueden ajustar la temperatura de la habitación según sus preferencias mediante un termostato inteligente. Esto puede hacerse a través de un panel de control en la pared, una aplicación móvil o incluso mediante comandos de voz si la habitación cuenta con sistemas de control por voz.

2.2 Iluminación ajustable: Las luces de la habitación pueden ser controladas para ajustar la intensidad y el color según las necesidades y preferencias del huésped. Esto puede incluir la capacidad de encender, apagar, atenuar o cambiar el color de las luces mediante un panel de control, una aplicación móvil o comandos de voz.

2.3 Cortinas y persianas automáticas: Las cortinas y persianas de la habitación pueden ser controladas de manera remota para permitir que entre más luz natural o para bloquearla completamente, según la preferencia del huésped. Esto puede hacerse a través de un sistema automatizado o mediante una aplicación móvil propia del hotel.

2.4 Entretenimiento multimedia: La habitación puede estar equipada con un sistema de entretenimiento multimedia que permita al huésped acceder a una amplia gama de opciones de entretenimiento, como televisión por cable, servicios de streaming, películas bajo demanda, consolas de video juegos y música. El control de este sistema puede realizarse mediante un televisor inteligente, una Tablet o un dispositivo móvil.

2.5 Conectividad y carga: Se pueden proporcionar múltiples puntos de carga USB y tomas de corriente en la habitación para permitir que los huéspedes carguen sus dispositivos electrónicos de manera conveniente. Además, se puede ofrecer acceso a una red Wi-Fi de alta velocidad para garantizar una conectividad confiable durante la estancia del huésped.

2.6 Asistente virtual: Algunas habitaciones inteligentes pueden estar equipadas con un asistente virtual integrado, como Amazon Alexa o Google Assistant, que permite al huésped controlar varios dispositivos y solicitar información o servicios mediante comandos de voz.

3. Tecnología de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV): Algunos hoteles utilizan RA y RV para ofrecer a los huéspedes experiencias inmersivas antes de reservar una habitación, durante su estancia o incluso para explorar destinos locales. Incluir la RA y la RV puede llegar a ser un elemento emocionante y único para los potenciales huéspedes, su aplicabilidad se puede ejecutar de la siguiente manera:

3.1 Recorridos virtuales en 360 grados: El hotel puede ofrecer recorridos virtuales en 360 grados de sus instalaciones utilizando tecnología de realidad virtual. Esto permite a los huéspedes explorar virtualmente el lobby, las habitaciones, las áreas comunes, el restaurante, el gimnasio y otras instalaciones del hotel desde la comodidad de su hogar.

3.2 Aplicaciones de realidad aumentada para dispositivos móviles: El hotel puede desarrollar una aplicación de realidad aumentada que permita a los huéspedes superponer imágenes virtuales sobre el mundo real utilizando la cámara de sus dispositivos móviles. Por ejemplo, los huéspedes podrían apuntar

sus teléfonos a un folleto del hotel y ver una representación en 3D de las habitaciones y las instalaciones.

3.3 Visualización de habitaciones en realidad virtual: Los huéspedes pueden experimentar cómo sería alojarse en diferentes tipos de habitaciones a través de visualizaciones en realidad virtual. Esto les permite ver el diseño, el mobiliario, la vista desde la ventana y otros detalles antes de tomar una decisión de reserva.

3.4 Experiencias de destino en realidad virtual: Además de mostrar las instalaciones del hotel, la realidad virtual también puede utilizarse para ofrecer experiencias inmersivas de destinos locales. Por ejemplo, el hotel podría proporcionar videos en realidad virtual de atracciones turísticas cercanas, playas, museos, parques naturales, entre otros, para ayudar a los huéspedes a planificar su itinerario.

3.5 Visitas guiadas virtuales: El hotel puede ofrecer visitas guiadas virtuales de la propiedad y sus alrededores, con narración y comentarios informativos sobre las características y servicios del hotel, así como puntos de interés locales.

3.6 Realidad aumentada en la decoración de la habitación: Algunos hoteles pueden permitir a los huéspedes experimentar cómo se verían ciertos elementos decorativos, como obras de arte o muebles, en sus habitaciones utilizando aplicaciones de realidad aumentada en dispositivos móviles.

Al ofrecer estas experiencias inmersivas, los hoteles pueden ayudar a los huéspedes a tomar decisiones más informadas y a crear expectativas realistas sobre su estancia, lo que puede conducir a una mayor satisfacción y lealtad del cliente. Esta innovación puede marcar una gran diferencia frente a las demás, ya que las personas cada vez más quieren estar enteradas de los lugares a visitar, de esta manera el huésped tendrá con seguridad las herramientas necesarias para tomar una decisión.

Las “mejores” opciones para tener una inmersión virtual en 360 grados depende de las necesidades específicas del hotel, como también del presupuesto y sus características y funcionalidades, sin embargo, a continuación, enlisto el top tres de aplicaciones por su facilidad y sus particularidades:

Matterport:

- Matterport es una de las plataformas líderes en la creación de recorridos virtuales en 3D y en 360 grados.
- Ofrece una amplia gama de cámaras 3D y herramientas de escaneo para capturar espacios físicos de manera precisa.
- La plataforma es fácil de usar y ofrece funciones avanzadas, como la posibilidad de agregar etiquetas informativas, medir espacios y compartir los recorridos en múltiples plataformas.
- Matterport es utilizada por muchos hoteles de renombre y tiene una sólida reputación en la industria de los recorridos virtuales.

Roundme:

- Roundme es una plataforma popular para la creación y exploración de panoramas interactivos en 360 grados.
- Ofrece una interfaz intuitiva que permite a los usuarios crear recorridos virtuales fácilmente arrastrando y soltando fotos panorámicas.
- Roundme es conocida por su calidad de imagen y su capacidad para crear experiencias inmersivas envolventes.
- La plataforma también ofrece opciones de personalización y la posibilidad de integrar recorridos virtuales en sitios web y aplicaciones móviles.

Kuula:

- Kuula es otra plataforma popular para la creación y compartición de imágenes panorámicas interactivas en 360 grados.
- Ofrece una amplia gama de herramientas de edición y personalización para crear recorridos virtuales únicos y atractivos.
- Kuula es conocida por su facilidad de uso y su capacidad para crear recorridos virtuales de alta calidad sin la necesidad de equipos o habilidades técnicas avanzadas.
- La plataforma también ofrece opciones de colaboración que permiten a múltiples usuarios trabajar en proyectos de recorridos virtuales de forma simultánea.

4. **Servicio de conserjería virtual:** En lugar de depender exclusivamente de los conserjes físicos, muchos hoteles están integrando sistemas de inteligencia artificial para proporcionar recomendaciones personalizadas, reservas y asistencia a los huéspedes a través de chatbots o aplicaciones móviles.

Es importante mencionar que, la IA se puede aprovechar como una herramienta que facilite los procesos, es por ello que no se busca eliminar por completo aquellos procesos donde puede existir un consejo humano, basado en las experiencias vividas, en este sentido, se busca apalancar y fortalecer el servicio con la IA, más no suprimir por completo el servicio que puede ofrecer una persona. A continuación, se nombran algunas IA que pueden facilitar los procesos:

4.1 Chatbots de atención al cliente: Los chatbots son programas de inteligencia artificial diseñados para interactuar con los usuarios a través de conversaciones escritas o habladas. En el contexto hotelero, los chatbots pueden ser implementados en el sitio web del hotel, en aplicaciones móviles o en plataformas de mensajería instantánea para proporcionar información sobre reservas, servicios del hotel, recomendaciones de restaurantes, atracciones locales y más. Utilizando técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP), los chatbots pueden entender las consultas de los huéspedes y proporcionar respuestas relevantes y personalizadas.

4.2 Amazon Alexa for Hospitality: Amazon Alexa for Hospitality es una versión personalizada del asistente virtual Alexa de Amazon diseñada específicamente para la industria hotelera. Permite a los huéspedes controlar las funciones de la habitación, realizar solicitudes de servicio, obtener información sobre el hotel y las instalaciones, y acceder a recomendaciones locales a través de comandos de voz. Además, los hoteles pueden personalizar la experiencia agregando habilidades específicas de la propiedad.

4.3 IBM Watson Assistant: IBM Watson Assistant es una plataforma de inteligencia artificial que permite a los hoteles crear sus propios asistentes virtuales personalizados. Utilizando la tecnología de procesamiento del lenguaje natural (NLP) de IBM, Watson Assistant puede comprender y responder a las consultas de los huéspedes, proporcionar recomendaciones personalizadas, ayudar con solicitudes de servicio y mucho más. Los hoteles pueden integrar Watson Assistant en sus sistemas existentes para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa.

5. Sostenibilidad y eficiencia energética: Muchos hoteles internacionales están adoptando tecnologías y prácticas para reducir su huella ambiental,

como paneles solares, sistemas de reciclaje de agua y programas de conservación de energía, lo anterior está directamente articulado con los objetivos de desarrollo sostenible – ODS, buscando aminorar el impacto del ser humano a través de los años.

Para contribuir significativamente a los ODS, un hotel debe adoptar buenas prácticas, de esta manera trabajará el pro de su comunidad y al mismo tiempo será un factor diferenciador por el cual muchos clientes potenciales podrán preferirlos, convirtiéndose en un intangible donde las personas podrán apropiarse y sentirse parte de una solución a favor del planeta, se les considera *“embajadores de marca”*. Lo anterior está enmarcado en la construcción de un vínculo emocional entre el consumidor y la marca, más conocido como *“Top of heart”* el arte de mover el corazón de los clientes.

Se enlistan algunas prácticas pertinentes que ayuden significativamente a la evolución y desarrollo de la comunidad y de igual manera al hotel que decida implementarlas:

5.1 Eficiencia energética: Implementar tecnologías y prácticas que reduzcan el consumo de energía, como iluminación LED, sistemas de gestión de energía para controlar la calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC), sensores de movimiento y termostatos inteligentes.

5.2 Energías renovables: Instalar sistemas de energía renovable, como paneles solares, turbinas eólicas o sistemas de energía geotérmica, para generar electricidad limpia y reducir la dependencia de los combustibles fósiles.

5.3 Gestión del agua: Implementar tecnologías de conservación del agua, como grifos y duchas de bajo flujo, sistemas de reciclaje de agua, y programas de

reutilización de toallas y sábanas para reducir el consumo de agua dulce y minimizar el desperdicio.

5.4 Gestión de residuos: Implementar programas de reciclaje y compostaje para reducir la cantidad de residuos enviados a vertederos. Además, se pueden utilizar materiales de embalaje y productos de limpieza ecológicos y biodegradables.

5.5 Diseño sostenible: Construir o renovar las instalaciones del hotel utilizando materiales sostenibles y técnicas de diseño que minimicen el impacto ambiental, como el uso de materiales reciclados, la maximización de la luz natural y la optimización de la ventilación natural.

5.6 Movilidad sostenible: Promover el uso de transporte sostenible entre los huéspedes y el personal, ofreciendo opciones como estaciones de carga para vehículos eléctricos, alquiler de bicicletas, transporte público gratuito o descuentos para quienes utilicen medios de transporte ecológicos.

5.7 Educación y sensibilización: Capacitar al personal y educar a los huéspedes sobre prácticas sostenibles y la importancia de reducir su huella ambiental. Esto puede incluir campañas de concienciación, información en las habitaciones sobre las iniciativas sostenibles del hotel y la participación en programas de certificación ambiental.

5.8 Certificaciones ambientales: Obtener certificaciones ambientales reconocidas internacionalmente, como LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental) o Green Globe, que demuestran el compromiso del hotel con la sostenibilidad y la gestión responsable del medio ambiente.

Al implementar estas tecnologías y buenas prácticas, un hotel puede reducir significativamente su huella ambiental y contribuir de manera positiva a los objetivos de desarrollo sostenible, al tiempo que mejora la experiencia del cliente y reduce los costos operativos a largo plazo.

6. Experiencias gastronómicas innovadoras: Algunos hoteles están ofreciendo experiencias gastronómicas únicas, como cenas en la habitación preparadas por chefs de renombre, clases de cocina interactivas y menús personalizados basados en preferencias dietéticas y restricciones alimentarias.

Lo más importante es crear experiencias excepcionales, definiendo un antes y un después, brindando mucho más de lo que espera recibir el huésped. Dentro de las practicas más conocidas están:

6.1 Cenas exclusivas en lugares únicos: Algunos hoteles organizan cenas exclusivas en lugares únicos dentro de la propiedad, como en una terraza con vistas panorámicas, en la playa al atardecer o incluso en una bodega subterránea. Estas cenas suelen ir acompañadas de un servicio impecable, menús personalizados y maridajes de vinos seleccionados. Si el hotel no cuenta con la infraestructura para poder ofrecer este servicio, es importante que trabaje en convenios y/o alianzas estratégicas que le permitan ofrecer este servicio, por ejemplo muchos hoteles de Bocagrande en Cartagena, tienen convenio con diferentes restaurantes en el centro de la ciudad, teniendo en cuenta que el comportamiento por los turistas, el cual es dar un paseo en las noches frescas, disfrutando de sus calles coloniales, adornado con las murallas que custodian la ciudad. Todos estos elementos son importantes a tener en cuenta, identificando las preferencias del huésped y entendiendo que en sus instalaciones no podrá encontrar muchas veces todo lo que busca. La construcción de alianzas juega un papel fundamental y de esta manera co-crean para un bien común.

6.2 Clases de cocina con chefs de renombre: Los mejores hoteles a menudo ofrecen clases de cocina impartidas por chefs de renombre, donde los huéspedes pueden aprender a preparar platos gourmet utilizando ingredientes locales y técnicas culinarias auténticas. Estas clases suelen incluir visitas al mercado local para seleccionar los ingredientes frescos, a su vez poder preparar los platos de la región y envolver al huésped en una atmosfera 100% local.

6.3 Desayunos buffet de lujo: Algunos hoteles de lujo ofrecen desayunos buffet de lujo con una amplia variedad de opciones, desde platos locales e internacionales hasta estaciones de cocina en vivo donde los huéspedes pueden solicitar platos preparados al momento según sus preferencias.

6.4 Catas de vinos y degustaciones de licores: Muchos hoteles ofrecen catas de vinos dirigidas por expertos enólogos, donde los huéspedes pueden degustar una selección de vinos locales e internacionales junto con maridajes de alimentos cuidadosamente seleccionados. También pueden ofrecer degustaciones de licores locales, como tequila, ron o whisky. Una de las grandes ventajas para el municipio de Villa de Leyva, es que cuenta con el viñedo Ain Karim, ubicado en km 10 vía Villa de Leyva – Santa Sofía, es un destino imperdible para los amantes del vino, el cual ofrece recorridos guiados, visita al cultivo, visita a la cava, maridaje, entre otros. El hotel en este caso, puede generar una alianza estratégica, convirtiendo este en un nuevo servicio todos sus huéspedes.

6.5 Experiencias de cena temáticas: Algunos hoteles organizan experiencias de cena temáticas que ofrecen una inmersión en la cultura y la gastronomía de una región específica o un período histórico. Por ejemplo, una cena inspirada en la cocina tradicional japonesa o una cena renacentista con platos y entretenimiento inspirados en la época.

En este sentido, se caracterizan por su variedad, su diversificación de opciones para que el huésped tenga un abanico de posibilidades y pueda escoger libremente, para ello, nombro cinco infaltables en un hotel que quiera ser disruptivo en su gastronomía:

- 6.5.1 Noche de cocina internacional:** Una noche temática que celebra la diversidad culinaria del mundo. Los huéspedes pueden disfrutar de una variedad de platos de diferentes países y regiones, que pueden incluir estaciones de comida en vivo donde los chefs preparan platos tradicionales frente a los comensales.
- 6.5.2 Cena de mariscos y pescados:** Una experiencia gastronómica centrada en los frutos del mar, donde los huéspedes pueden disfrutar de una selección fresca de mariscos y pescados preparados de diversas maneras, desde sushi y ceviche hasta platos al vapor y a la parrilla.
- 6.5.3 Noche de asado a la parrilla:** Una cena al aire libre donde se ofrece una selección de carnes y verduras asadas a la parrilla en vivo. Los huéspedes pueden elegir entre una variedad de cortes de carne, aves y opciones vegetarianas, acompañados de guarniciones y salsas caseras.
- 6.5.4 Cena de cocina de autor:** Una experiencia gastronómica única donde los huéspedes pueden disfrutar de un menú degustación creado por un chef de renombre. Cada plato es una obra maestra culinaria, cuidadosamente elaborada con ingredientes de alta calidad y presentada de manera creativa.
- 6.5.5 Cena en la oscuridad:** Una experiencia sensorial donde los comensales disfrutan de una cena en completa oscuridad. Esta experiencia desafía los sentidos y permite a los huéspedes concentrarse en los sabores, aromas y texturas de los platos de una manera completamente nueva y sorprendente.

Esta última opción es una de las más ofrecidas en Cancún, México y en la Riviera Maya.

Cada una de ellas busca proporcionar una experiencia culinaria excepcional y memorable que complemente la estancia de lujo en el hotel. Es importante mantener una actualización constante, no se puede ofrecer siempre lo mismo.

7. Servicios de bienestar y salud: Desde spas de última generación hasta programas de bienestar holístico, los hoteles están cada vez más centrados en ofrecer servicios que promuevan la salud y el bienestar de sus huéspedes, incluyendo yoga, meditación, terapias de spa y clases de fitness.

Los mejores hoteles del mundo, ofrecen una amplia gama de servicios de bienestar y salud para satisfacer las necesidades de sus huéspedes, algunos de ellos buscan relajación, rejuvenecimiento y cuidado personal durante su estancia, es importante no afectar drásticamente el comportamiento habitual de los huéspedes, y para ello el hotel estará en la capacidad de ofrecer servicios como lo son:

7.1 Spa de lujo: Ofrecen una variedad de tratamientos de bienestar y relajación, como masajes, tratamientos faciales, envolturas corporales, baños terapéuticos y rituales de spa exclusivos. Estos spas suelen estar diseñados para ofrecer un ambiente tranquilo y sereno, con instalaciones como piscinas de hidroterapia, saunas, baños de vapor y salas de relajación.

7.2 Clases de yoga y meditación: Dirigidas por instructores certificados, que pueden realizarse en interiores en espacios especialmente designados o al aire libre en entornos naturales como jardines, playas o terrazas panorámicas. Estas

clases ayudan a los huéspedes a relajarse, reducir el estrés y mejorar su bienestar físico y mental.

7.3 Gimnasio de última generación: Ofrecen una amplia gama de equipos de ejercicio de alta calidad, como cintas de correr, bicicletas estáticas, máquinas de pesas y equipo de entrenamiento funcional. Además, algunos hoteles ofrecen clases de fitness dirigidas por instructores expertos.

7.4 Programas de bienestar holístico: Diseñados para abordar las necesidades físicas, mentales y espirituales de los huéspedes. Estos programas pueden incluir consultas personalizadas con profesionales de la salud, como nutricionistas, entrenadores personales y terapeutas, así como actividades como talleres de alimentación saludable, sesiones de coaching de vida y clases de mindfulness.

7.5 Tratamientos de bienestar personalizados: Se adaptan a las necesidades individuales de los huéspedes. Estos pueden incluir programas de desintoxicación, regímenes de pérdida de peso, terapias de belleza avanzadas y tratamientos especializados para el cuidado de la piel y el cabello.

8. Diseño inspirado en la comunidad local: Están adoptando un enfoque de diseño que refleja la cultura y la historia de la comunidad local, integrando elementos arquitectónicos, arte y artesanías locales en su estética y decoración.

El municipio de Villa de Leyva, ubicado en el departamento de Boyacá, Colombia, es conocido por su excepcional conservación arquitectónica y su encanto colonial. El diseño arquitectónico que se conserva en Villa de Leyva es principalmente de estilo colonial español, con influencias de la arquitectura colonial española del siglo XVI y XVII.

Las características arquitectónicas distintivas de Villa de Leyva incluyen a la **Plaza Mayor**: El centro de Villa de Leyva cuenta con una gran plaza mayor, una de las más grandes de América Latina, que está completamente empedrada y rodeada por edificios coloniales bien conservados. Esta plaza es el corazón histórico y social de la ciudad y alberga eventos culturales, mercados de artesanías y festivales. **Callejuelas empedradas**: Las calles estrechas y empedradas de Villa de Leyva están bordeadas por casas coloniales de adobe y tejas rojas, muchas de las cuales han sido restauradas y conservadas en su estado original.

Estas calles evocan la sensación de transportarse en el tiempo a la época colonial. **Arquitectura religiosa**: Villa de Leyva cuenta con varias iglesias coloniales que son ejemplos destacados de la arquitectura religiosa de la época. Entre ellas se encuentra la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora del Rosario, construida en 1608, y la Capilla de Santo Ecce Homo, construida en 1620. **Casonas coloniales**: Muchas de las antiguas casonas coloniales de Villa de Leyva han sido convertidas en posadas, restaurantes, tiendas de artesanías y museos. Estas casonas, con sus gruesos muros de adobe, techos de tejas y patios interiores, son ejemplos destacados de la arquitectura residencial de la época colonial.

El diseño arquitectónico de Villa de Leyva refleja su rica historia colonial y su compromiso con la conservación del patrimonio cultural. La ciudad ha sido declarada Monumento Nacional de Colombia y su centro histórico ha sido preservado como un área de conservación histórica y arquitectónica. Es importante mencionar que, el diseño arquitectónico se debe respetar, por las diversas políticas que buscar salvaguardar la identidad colonial, sin embargo, el huésped en el interior debe estar completamente satisfecho, con las acomodaciones necesarias que le

permitan disfrutar de su estadía, no significa que se deba mantener el estilo colonial por siempre, es importante respetar el diseño del municipio, sin embargo también se debe estar a la vanguardia de las exigencias de los clientes, las actualizaciones en su mayoría serán buenas, convirtiéndose en innovaciones que generen satisfacción tanto para el huésped como para el hotel.

9. Experiencias tecnológicas en el lobby: Los lobbies de hotel están evolucionando para convertirse en espacios multifuncionales donde los huéspedes pueden trabajar, socializar o relajarse, con características como estaciones de carga USB, áreas de coworking y pantallas interactivas.

Un lobby con experiencias tecnológicas innovadoras, debe incorporar características modernas que ayuden a la experiencia del huésped y faciliten la interacción con el entorno del hotel, a continuación, enlisto algunas de ellas:

9.1 Áreas de trabajo colaborativo: Crear espacios de trabajo colaborativo equipados con tecnología de última generación, como pantallas táctiles interactivas, proyectores digitales y pizarras electrónicas, donde los huéspedes puedan realizar reuniones informales, colaborar en proyectos y conectarse con colegas de manera remota. Lo anterior está alineado con la realidad que tiene el mundo hoy en el 2024 con la huella que quedo para nunca irse, estoy haciendo referencia al trabajo remoto que fue un regalo que nos dejó la pandemia, la cual encerró al mundo entero en el año 2020. En este sentido, todas las personas que trabajan de manera remota, tendrán la capacidad de afrontar sus jornadas laborales, sin ningún impedimento.

9.2 Centro de entretenimiento interactivo: Instalar un centro de entretenimiento interactivo que ofrezca una variedad de opciones de ocio digital, como juegos de

realidad virtual, simuladores de conducción, consolas de videojuegos como PlayStation, Xbox o Nintendo Switch, junto con una variedad de juegos para que los huéspedes disfruten de competencias amistosas o jueguen en solitario, y estaciones de realidad aumentada que permitan a los huéspedes interactuar con entornos digitales superpuestos en el mundo real, ya sea a través de juegos, aplicaciones educativas o experiencias interactivas.. Estas experiencias tecnológicas pueden proporcionar una forma divertida y emocionante de pasar el tiempo mientras se espera o se relaja en el lobby.

9.3 Sistemas de señalización digital: Utilizar pantallas digitales y proyecciones de video para proporcionar información dinámica y actualizada sobre eventos del hotel, actividades locales, servicios disponibles y recomendaciones de restaurantes y lugares de interés. Estas pantallas pueden ubicarse estratégicamente en el lobby y pueden ser fácilmente actualizadas y personalizadas según las necesidades del hotel y los huéspedes.

La articulación de los factores anteriormente mencionados, le permitirán al huésped tener una experiencia innovadora y tecnológica, sobrepasando cada expectativa, logrando así que su instancia sea la mejor o una de las mejores en su vida, que como resultado atraerá más y más huéspedes en un futuro.

10. Servicios de entretenimiento digital: Ofrecer una amplia gama de servicios de entretenimiento digital en la habitación, como acceso a plataformas de streaming, videojuegos bajo demanda y sistemas de sonido envolvente. Según las preferencias y necesidades del cliente el hotel puede ofrecer:

10.1 Acceso a contenido de streaming: Además de las plataformas populares como Netflix, Hulu o Amazon Prime Video, pueden ofrecer sus propios servicios de streaming con una selección de películas y programas exclusivos.

- 10.2 Sistemas de entretenimiento en la habitación:** Estos sistemas pueden incluir televisores de alta definición con pantallas grandes, canales premium por cable o satélite, reproductores de DVD/Blu-ray y sistemas de sonido envolvente para una experiencia de cine en casa.
- 10.3 Conectividad de alta velocidad:** Ofrecer Wi-Fi gratuito y conexión a Internet de alta velocidad en todas las áreas del hotel para que los huéspedes puedan navegar por la web, trabajar, realizar videollamadas y transmitir contenido sin problemas.
- 10.4 Centros de juegos:** Equipados con consolas de videojuegos, máquinas recreativas, mesas de billar, juegos de mesa y otras actividades de ocio digital para niños y adultos por igual.
- 10.5 Salas de cine privadas:** Donde los huéspedes pueden disfrutar de proyecciones de películas en pantalla grande con sonido envolvente, perfectas para eventos privados o noches de cine en familia.
- 10.6 Videojuegos y consolas en la habitación:** Para que los huéspedes puedan disfrutar de entretenimiento interactivo durante su estancia. **PlayStation:** La serie PlayStation de Sony es una de las consolas de videojuegos más populares y ampliamente utilizadas en el mundo. Los hoteles suelen ofrecer la última versión de la consola, como PlayStation 5, junto con una selección de juegos populares para que los huéspedes disfruten. **Xbox:** La serie Xbox de Microsoft es otra opción popular de consola de videojuegos. Los huéspedes pueden encontrar la última versión de la consola, como Xbox Series X, junto con una variedad de juegos para todas las edades y géneros. **Nintendo Switch:** Nintendo Switch es una consola de videojuegos versátil que combina la portabilidad de una consola de mano con la funcionalidad de una consola de sobremesa.

10.7 Sistemas de audio y música personalizados: Con opciones de música en streaming, listas de reproducción temáticas, acceso a estaciones de radio en línea y altavoces Bluetooth en las habitaciones para que los huéspedes puedan disfrutar de su música favorita durante su estancia.

Resultados aplicación del instrumento: “Encuesta”

La aplicación del instrumento se realiza con una muestra representativa de 60 encuestas, la cual se compone de visitantes nacionales e internacionales, lo anterior se sostiene bajo las cifras que expone SITUR – Sistema de Información Turística de Boyacá, basado en el informe del año 2023 en el periodo comprendido entre abril y junio de 2023 como ventana de observación, teniendo en cuenta que es la época en la cual empieza “temporada alta” en el municipio de Villa de Leyva.

Las estadísticas generadas por SITUR exponen el flujo de visitantes extranjeros correspondiente a 279 visitantes, provenientes de países como Estados Unidos, Ecuador, República Checa, Canadá, Venezuela, México, España, Perú, Francia, Alemania, Suiza, Costa Ricas, Argentina, Países Bajos, Puerto Rico e Irlanda. De igual manera, SITUR menciona el top 10 del flujo de visitantes nacionales, un total de 251 provenientes de los siguientes departamentos Cundinamarca (27,1%), Antioquia (10%), Santander (9,6%), Valle del Cauca (7,2%), Casanare (4,8%), Norte de Santander (4%), Meta (2,4%), Bolívar (2%), Atlántico (1,6%) y Risaralda (1,6%).

En este sentido para obtener una muestra representativa acorde a la realidad que atraviesa Villa de Leyva con sus visitantes, se ha aplicado el instrumento tanto a nacionales como internacionales para obtener un panorama enriquecedor. A

continuación, se adjunta el cálculo del tamaño de la muestra con relación a los datos obtenidos.

Parametro	Insertar Valor
N	530
Z	1,645
P	47,35%
Q	52,65%
e	10,00%

Tamaño de muestra

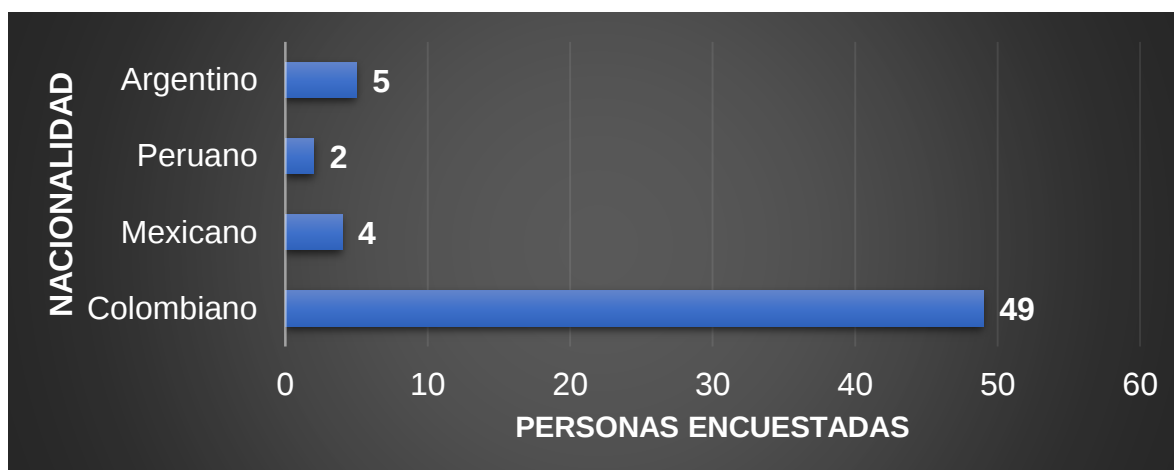
"n" =

59,94

Donde **n** es el tamaño de la muestra buscado (59,94) un total de 60 encuestas, **N** es el tamaño de la población o universo, **Z** es el parámetro de confianza el cual es del 90% es decir 1,645 **P** es la probabilidad de que ocurra el evento estudiado y **Q** la probabilidad de que no ocurra, finalmente **e** es el error de estimación máximo aceptado, en este caso del 10%.

El cálculo realizado para hallar la proporción adecuada para nacionales y extranjeros en la aplicación del instrumento fue el siguiente: Nacionales = Población nacional / Total de la población ($0.4735 \cdot 60$) = 29 encuestas. Extranjeros = Población internacional / Total de la población ($0.5265 \cdot 60$) = 32 encuestas. Lo anterior, no quiere decir que se ejecute textualmente, teniendo en cuenta que el informe de SITUR expone visitantes extranjeros de países como: Estados Unidos, Ecuador, República Checa, Canadá, Venezuela, México, España, Perú, Francia, Alemania, Suiza, Costa Ricas, Argentina, Países Bajos, Puerto Rico e Irlanda, a los cuales no se tiene forma de aplicar el instrumento, principalmente por dos barreras: tiempo y lenguaje propio de los países. En este sentido, por conveniencia se realizaron **49** encuestas a nacionales y **11** encuestas a internacionales de países como: México, Argentina y Perú, los cuales arrojaron los siguientes resultados:

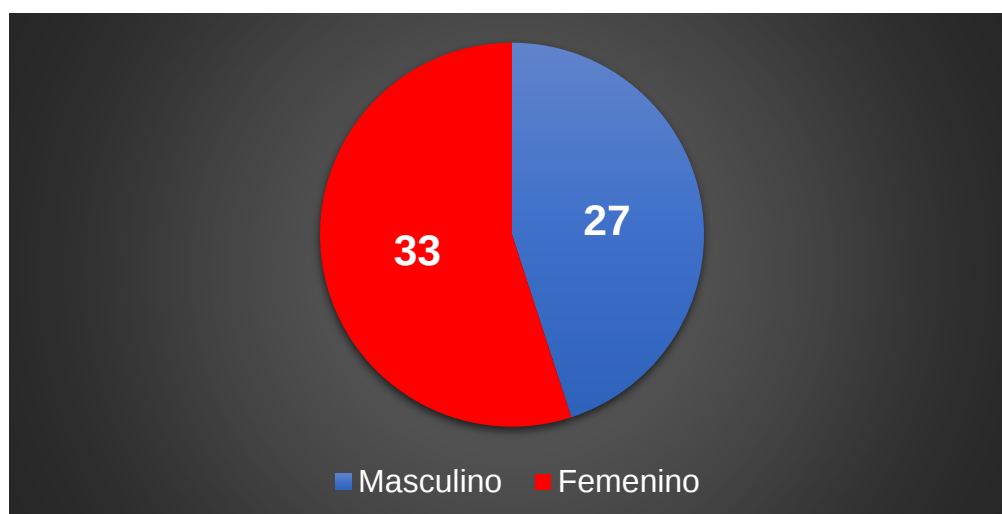
Grafica 1. Muestra representativa



Fuente: Elaboración propia.

Se logró establecer una muestra representativa compuesta por cinco (5) argentinos, dos (2) peruanos, cuatro (4) mexicanos y cuarenta y nueve (49) colombianos, lo anterior se logró realizar en una jornada de 8 horas en el centro histórico del municipio de Villa de Leyva, buscando que la muestra sea heterogénea y no homogénea.

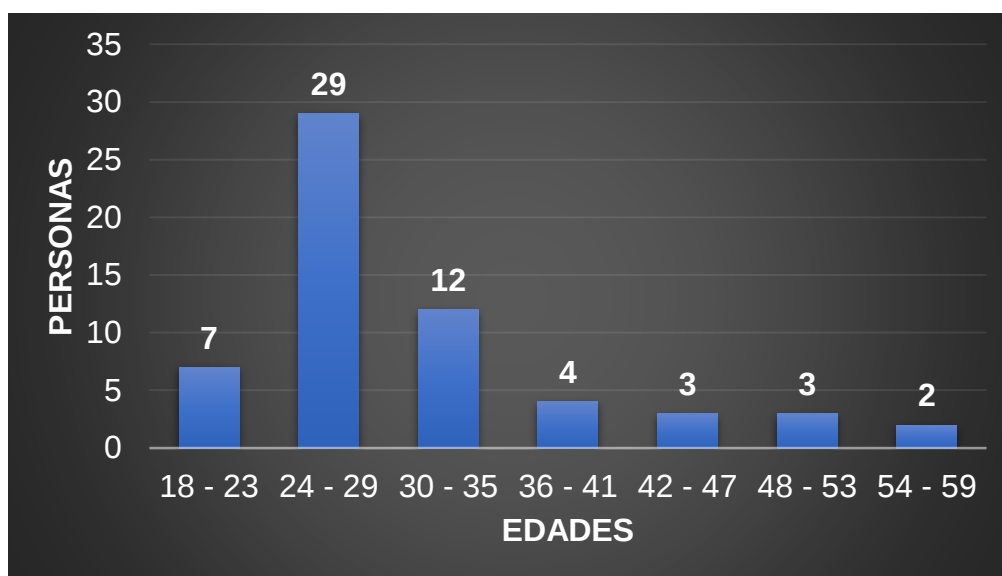
Grafica 2. Composición de la muestra representativa



Fuente: Elaboración propia.

Se logró llegar a 33 mujeres y 27 hombres de diferentes edades, lo anterior puede interpretarse como un concepto objetivo dentro de la investigación realizada.

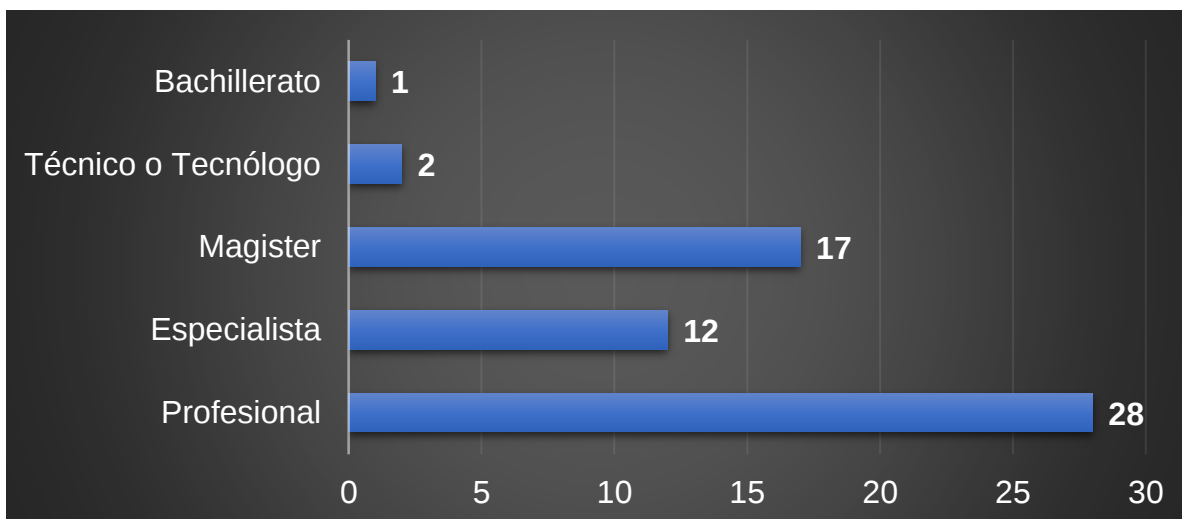
Grafica 3. Rango de edades de la muestra representativa



Fuente: Elaboración propia.

La muestra representativa se compone en su mayoría de hombres y mujeres en edades entre los 24 y 29 años con un total de 29 personas, seguido por hombres y mujeres en edades entre los 30 y 35 años con un total de 12 personas, quienes fueron los encargados de esclarecer las preferencias en las innovaciones presentadas, identificando gusto y preferencias en el sector hotelero.

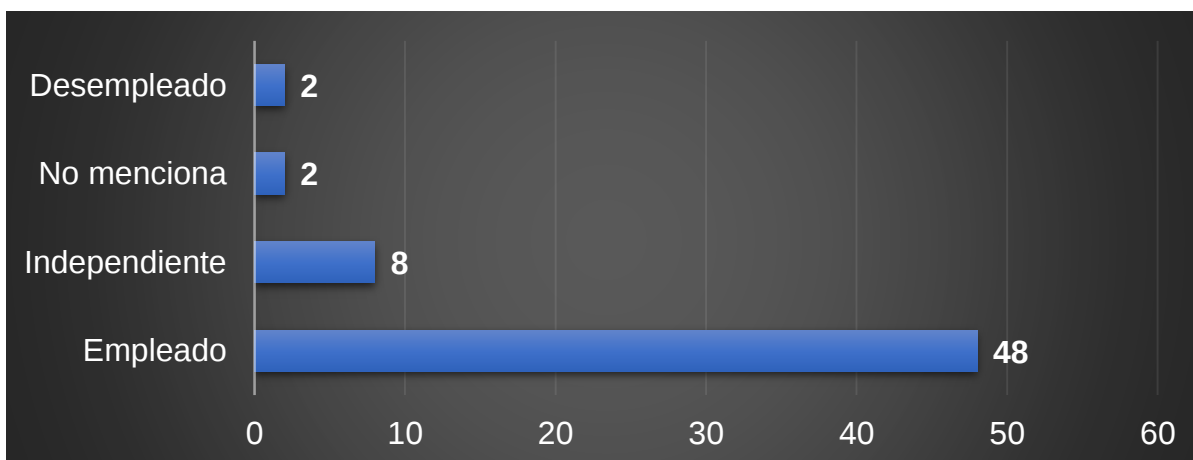
Grafica 4. Nivel educativo de la muestra representativa



Fuente: Elaboración propia.

En su mayoría el grupo encuestado se compone de profesionales, especialistas y magísteres, lo que nos muestra una visión amplia desde los diferentes niveles educativos de la muestra representativa.

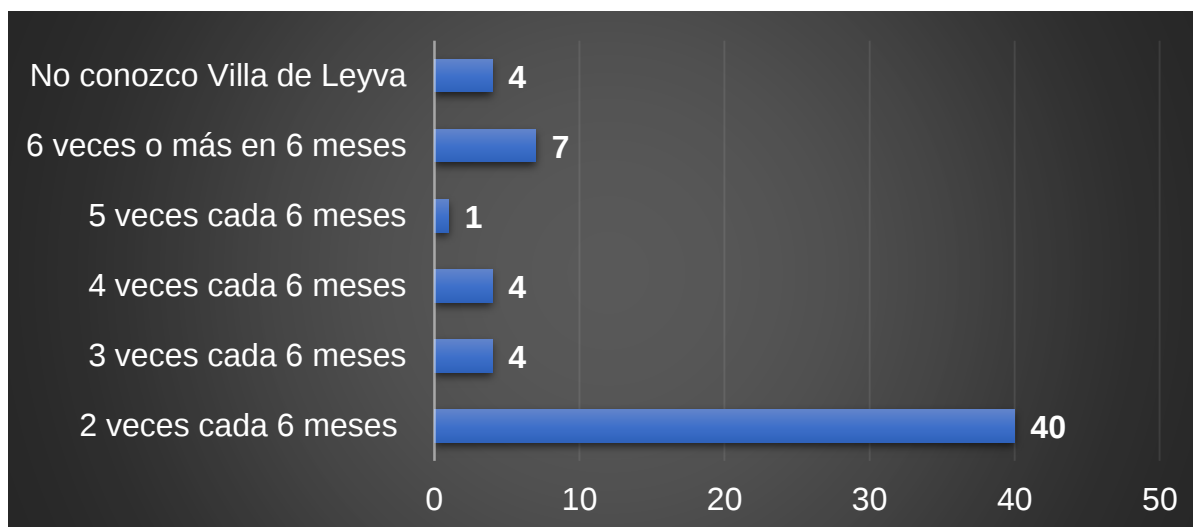
Grafica 5. Ocupación de la muestra



Fuente: Elaboración propia.

En su mayoría de personas encuestadas, 48 de ellas actualmente cuentan con trabajo, siendo empleados el grupo predominante pertenecientes al sector público y privado del país, seguido por independientes con 8 personas en total.

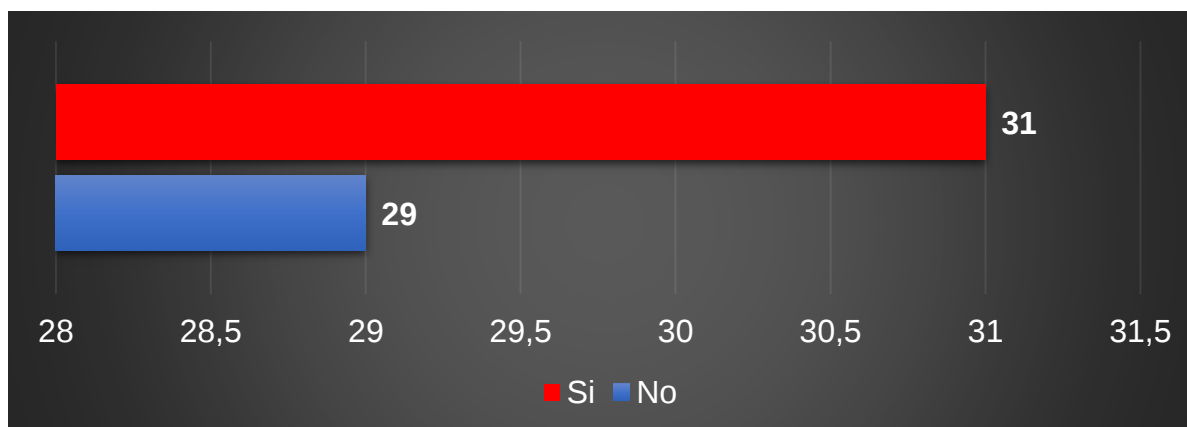
Grafica 6. Frecuencia de visita a Villa de Leyva



Fuente: Elaboración propia.

La frecuencia y regularidad con la cual las personas visitan el municipio de Villa de Leyva es dos (2) veces cada seis (6) meses, o también cuatro (4) veces en un año. Dato importante el cual nos permite diagnosticar o predecir los posibles escenarios con la finalidad de crear estrategias para poder abordar la mayor parte del mercado, restándole participación en el mercado a la competencia.

Grafica 7. ¿Siente que el modelo hotelero de Villa de Leyva se encuentra desactualizado?



Fuente: Elaboración propia

La muestra representativa tiene una percepción dividida, un 51% cree que el modelo hotelero actual se encuentra desactualizado y por otra parte el 49% piensa que no, es importante mencionar que las innovaciones y estrategias que se apliquen deben crear la necesidad en el cliente. Por lo anterior, se pueden inferir diferentes razones, quizás unas personas han podido viajar más que otras y haber visitado hoteles con mayor confort preocupándose por satisfacer completamente las necesidades, deseos y expectativas del cliente, o también las personas prefieren que Villa de Leyva conserve su historia a través de las paredes y transmita su legado con el pasar de los años, ignorando las innovaciones que se pueden encontrar en grandes referentes hoteleros internacionales.

Grafica 8. ¿En su decisión de compra, influye que el hotel sea responsable ambientalmente, respetando fauna y flora?

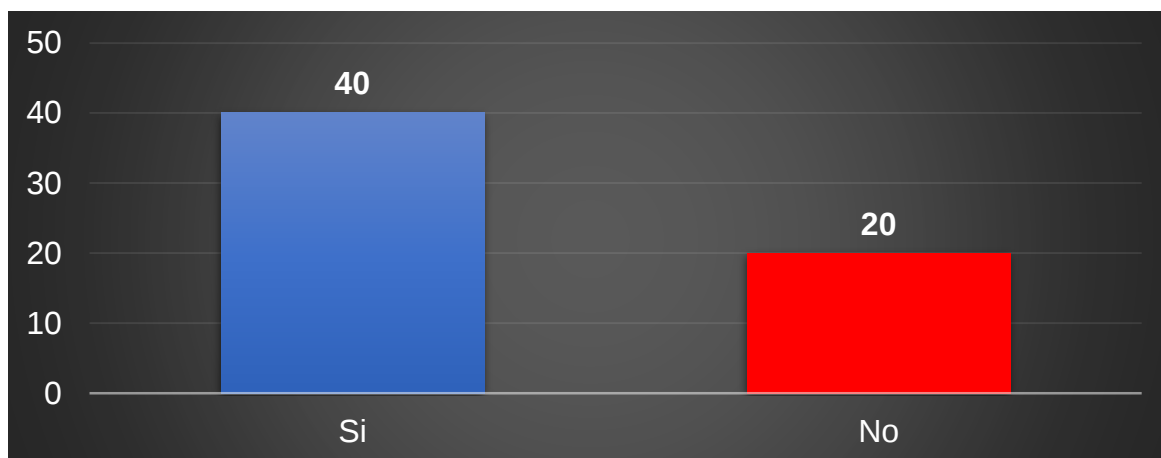


Fuente: Elaboración propia

La preocupación por el medio ambiente cada día tiene más fuerza y así mismo influye en las decisiones de compra de los clientes, este caso no es la excepción, la muestra representativa prefiere en su gran mayoría que el hotel sea responsable ambientalmente, lo anterior con un total de 57 votos a favor, es decir el 95% mientras que un 5% no influye en su decisión de compra que el hotel sea responsable ambientalmente.

Lo anterior se puede trabajar creando estrategias de marketing verde o también conocido como marketing ecológico, enfocadas a disminuir el impacto negativo o la huella que deja el ser humano en la tierra, es una tendencia que se debe trabajar no solo por ganar participación en el mercado, sino también porque al mismo tiempo se puede ayudar a la tierra, el lugar donde vivimos.

Grafica 9. ¿En su decisión de compra, influye que el hotel trabaje alineado con los ODS?



Fuente: Elaboración propia

La muestra representativa menciona que el 66,67% si influye en la decisión de compra que el hotel se encuentre trabajando alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por otra parte 33,33% se muestra indiferente respecto al desarrollo de sus actividades con los ODS.

Un hotel hoy en día debe trabajar alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por varias razones clave:

1. Responsabilidad social y ambiental: Los ODS abordan problemas globales como la pobreza, el cambio climático y la desigualdad. Al alinearse con estos objetivos, un hotel demuestra su compromiso con la responsabilidad social y ambiental, ayudando a mitigar su impacto negativo en el medio ambiente y las comunidades locales.
2. Mejora de la reputación: Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto de sus elecciones y tienden a preferir empresas que se

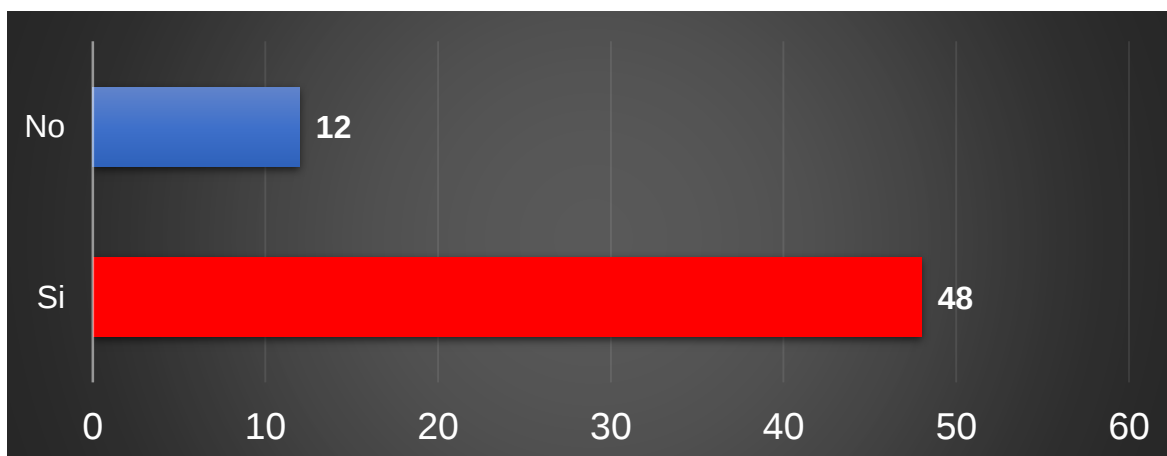
comprometen con la sostenibilidad. Un hotel que apoya los ODS puede mejorar su reputación, atraer a huéspedes preocupados por el medio ambiente y diferenciarse de la competencia, como anteriormente se mencionó con la creación de estrategias con marketing verde, se puede ganar participación en el mercado de personas las cuales se preocupan constantemente por el medio ambiente.

3. Cumplimiento normativo: Muchos gobiernos están implementando regulaciones más estrictas en torno a la sostenibilidad. Trabajar alineado con los ODS ayuda a los hoteles a cumplir con las normativas actuales y a prepararse para futuras leyes y regulaciones. Actualmente no es el caso de Colombia, es interesante adelantarse y abordar las prácticas que otros países más desarrollados actualmente se encuentran ejecutando, adquiriendo ventajas competitivas y comparativas frente a la competencia.
4. Eficiencia operativa y reducción de Costos: La implementación de prácticas sostenibles, como el uso eficiente de recursos y la reducción de residuos, puede resultar en ahorros significativos. Los ODS fomentan la innovación y la adopción de tecnologías limpias que mejoran la eficiencia operativa.
5. Atracción y retención de talento: Los empleados, especialmente los más jóvenes, valoran trabajar en empresas con propósito. Un hotel comprometido con los ODS puede atraer y retener talento que comparte estos valores, creando un ambiente laboral más positivo y productivo.
6. Acceso a financiamiento: Las instituciones financieras y los inversores están cada vez más interesados en apoyar empresas sostenibles. Un hotel

alineado con los ODS podría tener un mejor acceso a financiamiento, subvenciones y programas de inversión que favorecen prácticas responsables.

7. Contribución al desarrollo local: Los hoteles pueden jugar un papel crucial en el desarrollo sostenible de las comunidades locales, proporcionando empleo, promoviendo la cultura local y utilizando productos y servicios de la región. Esto no solo contribuye a los ODS, sino que también fortalece la relación del hotel con su entorno inmediato.

Grafica 10. ¿En su decisión de compra, influye que el hotel este certificado en Buenas Prácticas Laborales - BPL?

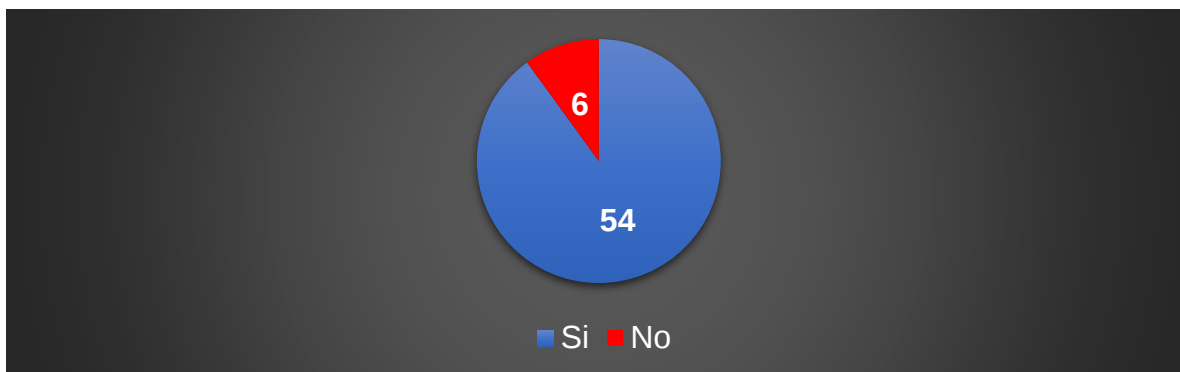


Fuente: Elaboración propia

Se puede inferir que la muestra representativa se inclina favorablemente con 48 votos es decir un 80% brinda una gran importancia en su decisión de compra si el hotel cuenta con certificado de buenas prácticas laborales, por otra parte, el 20% no lo considera importante. Desde la perspectiva empresarial estar certificado con BPL trae consigo beneficios como los siguientes:

- Condiciones laborales justas: Asegura que el hotel sigue estándares adecuados en cuanto a salarios, horarios, y seguridad en el trabajo, lo que contribuye al bienestar de los empleados.
- Reputación y confianza: Un hotel con este tipo de certificación puede atraer a clientes que valoran la ética y la responsabilidad social. Esto puede mejorar la reputación del hotel y diferenciarlo de la competencia.
- Retención de empleados: Empleados satisfechos y tratados de manera justa son más propensos a quedarse en el hotel a largo plazo, lo que reduce la rotación y los costos asociados con la capacitación de nuevo personal.
- Productividad: Un ambiente de trabajo positivo y justo puede aumentar la motivación y la productividad de los empleados, lo que a su vez puede mejorar el servicio al cliente y la eficiencia operativa.
- Cumplimiento legal: Garantiza que el hotel cumple con las leyes y regulaciones laborales locales, evitando posibles sanciones y problemas legales.
- Responsabilidad social corporativa: Refleja el compromiso del hotel con prácticas empresariales éticas y responsables, lo que puede tener un impacto positivo en la comunidad local y en el medio ambiente.

Grafica 11. ¿Si un hotel cumpliera con las tres (3) primeras innovaciones que usted enlista, usted visitaría más seguido Villa de Leyva?



Fuente: Elaboración propia

Los clientes, en este caso posibles huéspedes aseguran en un 90% que si el hotel en el cual buscan hospedarse cumple con las tres (3) innovaciones que priorizan, su decisión de compra se vuelve más fácil a la hora de elegir, es por ello que a continuación se muestra las principales innovaciones que la muestra poblacional eligió.

Grafica 12. Innovaciones preferidas por la muestra representativa



Fuente: Elaboración propia

El primer lugar lo ocupa la innovación denominada: **“Check-in y check out sin contacto”**, con un total de 15 votos, es decir el 25% de la población encuestada, por otra parte, con un total de 14 votos se consolidó en la segunda posición la innovación denominada: **“Habitaciones inteligentes”** representado con un 23.33% y, en tercer lugar, se encuentra representada por 12 votos, es decir el 20% de la población encuestada la innovación: **“Experiencias gastronómicas innovadoras”**.

A partir de los resultados obtenidos, se pueden crear estrategias de marketing e innovación acordes a las preferencias que tienen los clientes, en este caso se lograron identificar las tres (3) innovaciones que prefieren en un listado que se compone de diez (10). En este sentido, las superficies hoteleras deberán replicar en Villa de Leyva para modernizar la industria habitacional las innovaciones mencionadas, con la finalidad de robustecer y fortalecer la demanda potencial de hotelería y turismo, sin olvidar por su puesto el buen trato y servicio al cliente, que es finalmente el intangible más poderoso que puede convertir una compañía en la ejecución de su actividad comercial.

Para asegurar una demanda potencial en Villa de Leyva, una estrategia efectiva debe abordar diferentes horizontes temporales: corto, mediano y largo plazo. A continuación, se presenta un plan estratégico dividido en tres etapas para el proyecto hotelero: **“Casa Guaia”**.

Corto Plazo (0-6 meses)

1. Implementación de innovaciones inmediatas:

- Check-in y Check-out sin contacto: Implementa un sistema de check-in y check-out en línea o por aplicación móvil para ofrecer comodidad y seguridad a los huéspedes.
- Habitaciones inteligentes: Introduce tecnologías básicas como controles de iluminación y temperatura inteligentes para atraer a huéspedes interesados en la comodidad moderna.

2. Promoción y marketing:

- Campañas digitales: Lanzamiento de campañas en redes sociales y plataformas de búsqueda para atraer a turistas interesados en destinos seguros y tecnológicos. En este paso, se deben tener en cuenta las redes sociales con mayor presencia del mercado objetivo.
- Ofertas de lanzamiento: Ofrece tarifas promocionales y paquetes especiales para incentivar las primeras reservas.

3. Partnerships locales:

- Colaboraciones con empresas locales: creando alianzas con restaurantes y atracciones locales para ofrecer paquetes que incluyan experiencias gastronómicas y culturales en Villa de Leyva. Lo anterior, se ha podido observar en los restaurantes que se unen en un mismo sitio, con la finalidad de que varias personas lleguen a un mismo sitio y se puedan llevar diferentes experiencias, así mismo se puede establecer una estrategia con la finalidad de consolidar relaciones duraderas o también con estacionalidades

como por ejemplo en el mes de agosto (cometas) y en diciembre (velitas).

Mediano Plazo (6-18 meses)

1. Desarrollo y expansión de servicios:

- Experiencias gastronómicas innovadoras: Desarrollando un concepto gastronómico único que destaque en Villa de Leyva, como menús de temporada o eventos culinarios.
- Mejora de habitaciones: Amplía las capacidades de las habitaciones inteligentes con características adicionales, como sistemas de entretenimiento avanzado o asistentes de voz.

2. Optimización de la experiencia del huésped:

- Feedback y mejora continua: Implementación de un sistema de retroalimentación para obtener opiniones de los huéspedes y hacer ajustes basados en sus necesidades y preferencias.
- Capacitación del personal: El personal debe estar capacitado para utilizar y promover las nuevas tecnologías y experiencias del hotel.

3. Marketing y publicidad expandida:

- Estrategias de SEO y SEM: Mejora la visibilidad del hotel en los motores de búsqueda y plataformas de reserva a través de estrategias de optimización y marketing en buscadores.
- Colaboraciones con influencers: Trabajar de la mano con influencers de viajes para aumentar la visibilidad y generar

contenido sobre el hotel y Villa de Leyva. Lo más importante además de generar vistas en videos es que puedan entrar al sitio web y que estén enterados de todos los servicios y grandes ventajas que se tiene frente a la competencia.

Largo Plazo (18 meses en adelante)

1. Innovación continua:

- Actualización de tecnologías: Manteniendo el hotel a la vanguardia de la tecnología, adaptando nuevas innovaciones y mejorando los sistemas existentes.
- Expansión de servicios: Considerar la adición de nuevas ofertas, como spas, actividades al aire libre o programas de bienestar, basadas en la demanda y las tendencias del mercado. A lo largo del tiempo se deben implementar más innovaciones como las que se encuentran enlistadas, de esta manera se podrá establecer una mejora continua y estar a la vanguardia del mercado.

2. Sostenibilidad y responsabilidad social:

- Prácticas sostenibles: Implementación de prácticas ecológicas y sostenibles para atraer a un público consciente del medio ambiente. Esto puede incluir gestión de residuos, uso de energías renovables y productos locales.
- Involucramiento comunitario: Participación con la comunidad local mediante iniciativas que apoyen la cultura y la economía local, creando una conexión auténtica con el destino.

3. Evaluación y adaptación estratégica:

- Análisis de tendencias: Realizar estudios continuos sobre las tendencias del mercado y ajustar las estrategias del hotel para mantenerse relevante y competitivo. Lo anterior se puede identificar mediante las métricas que no puede brindar el sitio web, así como también los boletines información de las tendencias locales e internacionales.
- Desarrollo de marca: Fortalecimiento de la marca del hotel a través de la excelencia en el servicio, la innovación constante y la promoción en el mercado global.

En este sentido y siempre priorizando la innovación como valor fundamental en la filosofía empresarial, la implementación de estas estrategias en Villa de Leyva, puede posicionar y consolidar a cualquier hotel como una opción atractiva para los viajeros, maximizando su demanda y asegurando su éxito en el mercado.

Conclusiones

En orden descendente se puede categorizar las innovaciones que seleccionaron los turistas del municipio de Villa de Leyva, a partir de la aplicación del instrumento (encuesta), el orden es el siguiente:

1. Check-in y check-out sin contacto
2. Habitaciones inteligentes
3. Experiencias gastronómicas innovadoras
4. Diseño inspirado en la comunidad local
5. Servicios de bienestar y salud

6. Sostenibilidad y eficiencia energética
7. Servicio de conserjería virtual
8. Tecnología de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV)
9. Experiencias tecnológicas en el lobby
10. Servicios de entretenimiento digital

Es importante mencionar que, el administrador que desee aplicar esta *“herramienta de análisis”* a un hotel, debe ser consciente que en el mundo actual ha venido teniendo cambios disruptivos lo que conlleva a la suma de acciones en la búsqueda del conocimiento de la nueva realidad, en este sentido, la aplicabilidad de cada estrategia debe estar acompañada de un proceso metódico y riguroso de inicio a fin para reducir desaciertos en el proceso.

Las preferencias de los consumidores hacia el check-in y check-out sin contacto y las habitaciones inteligentes reflejan un claro interés en la comodidad y la eficiencia. Estas innovaciones no solo satisfacen la demanda de una experiencia sin fricciones, sino que también destacan la importancia de la tecnología en la hospitalidad moderna. Incorporar estas soluciones puede diferenciar a un hotel en un mercado competitivo, atrayendo a clientes que valoran la conveniencia y la modernidad.

Las experiencias gastronómicas innovadoras se han convertido en un factor crucial para atraer y retener a los huéspedes, destacando la creciente importancia de la oferta culinaria en la decisión de hospedaje. Los hoteles que integren conceptos gastronómicos únicos no solo mejoran la satisfacción del cliente, sino que también pueden establecer una ventaja competitiva significativa. Invertir en

gastronomía creativa puede convertir a un hotel en un destino deseable y memorable.

Referencias

1. Ordenanza 009 de 2024 por la cual se adopta el Plan Departamental de Desarrollo de Boyacá - Nuestro gran plan es Boyacá 2024-2027. (2024). En *Gobernación de Boyacá*. Asamblea de Boyacá.
<https://acortar.link/kdiCxT>
2. OCDE (2022), *Cultura y economía creativa en Colombia: apalancamiento de la economía naranja*, Desarrollo económico y empleo local (LEED), OECD Publishing, París, <https://doi.org/10.1787/184f1e07-en>
3. Sistema de Información Turística de Boyacá – *SITUR*. (s. f.).
<https://situr.boyaca.gov.co/>
4. El turismo en cifras: abril a junio 2023. (2023). En SITUR - Sistema de Información Turística de Boyacá. <https://acortar.link/0M29j0>
5. Caicedo, E. (2021, 30 noviembre). Conozca 10 de los hoteles más lujosos de Colombia. *El Tiempo*. <https://n9.cl/2qy0l>
6. Travel, C. (s. f.). *Villa de Leyva - Colombia Travel*. <https://n9.cl/oe2qk>
7. Campus Digital VGA - UNIMINUTO. (2012, 19 junio). *Planeación estratégica - Doctor Humberto Serna Gómez* [Vídeo]. YouTube.
<https://n9.cl/jm7b>
8. Ramos, C. (2015). Libro-Gerencia-estrategica-Humberto-Serna-Gomez-140615221927-phpapp01. *Unisalle*. <https://n9.cl/7bjst>

9. Superadmin. (2017, 8 junio). *Villa de Leyva, uno de los mejores destinos turísticos sostenibles del país*. Gobernación de Boyacá. <https://n9.cl/tle1h>
10. Travelgrafía, & Travelgrafía. (2024, 15 febrero). *35 Lugares turísticos de Colombia: Sitios para visitar*. Travelgrafía. <https://n9.cl/kh9jx>
11. Azulik | *Luxurious and eco-friendly accommodation*. (s. f.).
<https://www.azulik.com/>
12. Hilton Hotels in Cartagena, Colombia - Find Hotels - Hilton. *Hilton Hotels in Cartagena, Colombia - Find Hotels - Hilton*. (s. f.). <https://n9.cl/69gwf3>
13. Increíble, M. (2021, 6 enero). *OZEN Reserve Bolifushi Maldivas*. Maldivas Increíble. <https://n9.cl/2fmo09>
14. Hotel Colline de France | *Gramado mais perto da história francesa*. (2022, 13 diciembre). Hotel Colline de France. <https://n9.cl/u8dj0>
15. Luxury 5 Star Hotel in London | *The Shard* | Shangri-La. (s. f.).
<https://n9.cl/r316y>
16. Travelchannel. (s. f.). *The Ritz Carlton Maldives*. The Ritz Carlton Maldives.
<https://n9.cl/gjj2l>
17. *Luxury 5 Star Hotel Dubai* | Fashion Hotel | Palazzo Versace Dubai. (s. f.).
Palazzo Versace Dubai. <https://n9.cl/zxsol>
18. Hosteltur. (2024, 20 febrero). *Los 10 mejores hoteles del mundo según TripAdvisor*. Hosteltur. <https://n9.cl/byz394>

19. Hotels, K. (s. f.). *Kaya İstanbul Fair & Convention | Kaya Hotels & Resorts*.
<https://n9.cl/8ham1z>
20. Ikos Resorts. (2023, 2 junio). *Galardonado resort todo incluido en Corfú, Grecia | Ikos Dassia*. <https://n9.cl/p4sa50>
21. Anantara Villa Padierna Palace Resort. (s. f.). Anantara Villa Padierna Palace Resort. <https://n9.cl/2boff>
22. Marbella Resort | Marbella Beach Resort | *Marbella Club Hotel*. (s. f.). Marbella Club. <https://n9.cl/19nve>
23. Padma Resort Ubud. (s. f.). Padma Resort Ubud.
<https://padmaresortubud.com/>
24. Andrade, S. (2022, 26 enero). 10 cabañas para recorrer el mundo (y volver a la naturaleza). *Traveler*. <https://n9.cl/e6352>
25. Hospedería Duruelo - Centro de Convenciones. (s. f.). *Hospedería Duruelo - Centro de Convenciones - Villa de Leyva*. <https://duruelo.com.co/>
26. Casa del Carmen Villa De Leyva. (s. f.). <https://n9.cl/i1yj8>
27. De la Villa, H. C. (s. f.). *Página de inicio*. Hotel Campanario de la Villa.
<https://n9.cl/qxrf9>
28. Los 14 mejores hoteles de lujo de Villa de Leyva – *Luxury Hotel World*. (s. f.). <https://n9.cl/zatyw>

29. Hotel Casa Alcestre | Hotel boutique Villa de Leyva. (s. f.). Hotel Casa

Alcestre. <https://n9.cl/iv1gt>