

**Percepción sobre la plataforma Home Exchange en la industria hotelera legal de la
localidad de la Candelaria.**

Ingrid Ximena Ramírez Gómez

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá, D.C.
2019

**Percepción sobre la plataforma Home Exchange en la industria hotelera legal de la
localidad de la Candelaria.**

Ingrid Ximena Ramírez Gómez

Director
Alvelayis Nieto M.

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá, D.C.
2019

Dedicatoria

Quiero dedicarle a las personas que contribuyeron a la realización de este proyecto de grado, que sirvieron de guía e inspiración para sobresalir en el mismo, personas como la profesora Carolina Herrera de ante proyecto, quien con su principales ideas, iluminó mis sentidos para que iniciara con una investigación que se llevó a cabo con éxito, por tanto al profesor Alvelayis Nieto, quien actual es mi tutor de grado y director de la materia, a quien agradezco su inmenso conocimiento, paciencia para las instrucciones y guianza del proyecto, donde dejo todo su empeño para instruirme de forma acertada y poder culminar esta investigación que me ha concedido ampliar mucho más sobre el sector que por nueve semestres curse y del cual estoy plenamente orgullosa. Dedico de igual forma a las personas entrevistadas quienes de buena fe, ayudaron a complementar el trabajo de grado, dándole puntos de vistas claros y precisos. Facilitando generar uno de los objetivos previstos y que con éxito fueron correctamente abordados.

Agradecimientos

Quiero agradecer este trabajo primeramente a la Universitaria Agustiniiana, quien permitió desde el año 2015 poder ingresar a sus instalaciones, permitiendo conocer personas que aportan de forma positiva desde lo personal y académico a sobresalir de forma excelente, siendo responsable, ético y honesto en los trabajos, exámenes y en el aprendizaje en general. Adicional a los profesores que hicieron integro mi educación y potenciaron mi conocimiento sobre la carrera que desde el colegio fue mi proyecto de vida y de la cual estoy orgullosa en aun cursar para lograr calidad de vida a un corto y largo plazo.

Agradecer el apoyo de mis familiares y padres quienes además de su participación económica, incentivaron al estudio y me permitieron hasta el momento poder desarrollar mis habilidades y conocimientos en el campo de hotelería y turismo. Sobre mis creencias en quien confió plenamente en un Dios todo poderoso, quien nos escribe un destino y proyección de vida, quien ha permitido darme todas las herramientas físicas, morales y espirituales para poder seguir emprendiendo mi aspiración de vida.

Resumen

En este proyecto de investigación se informa la perspectiva sobre las plataformas digitales que se usan y se utilizan para la promoción y comercialización del alojamiento o espacios de hospedaje en la zona de la Candelaria, ubicada en el centro de Bogotá, capital de Colombia. Para esto se utiliza herramientas de investigación cualitativa que estudia el espacio o contexto, refiriendo a los hoteles que se ubican en esta zona donde el proyecto se realiza, incluyendo instrumentos de observación y entrevistas donde el resultado es el conocimiento de la perspectiva de los diferentes trabajadores de los hoteles ubicados dentro de la zona, de esta manera se evidencia como afecta positivo o negativo al sector hotelero, que está constituido legalmente y que trae unas consecuencias en donde se refleja las grandes oportunidades que se pueden tomar de las plataformas como son: la comercialización, promoción y publicidad, de igual manera de qué manera otras personas de manera informal aprovechan este mismo medio para comercializar, promocionar y publicitar espacios de hospedaje no avalados y legalmente constituidos afectando así el sector hotelero de manera negativa. De este modo se identifica entonces que el propósito de estas plataformas electrónicas es como realizar adecuadamente su funcionalidad de manera considerada, operando en condiciones equitativas para todas las partes beneficiadas.

Palabras claves: Plataformas digitales, sector hotelero, comercialización, promoción, publicidad, funcionalidad.

Abstract

This research project informs the perspective on the digital platforms that are used and used for the promotion and marketing of accommodation or accommodation spaces in the area of La Candelaria, located in the center of Bogota, capital of Colombia. For this, qualitative research tools are used that study the space or context, referring to the hotels located in this area where the project is carried out, including observation tools and interviews where the result is the knowledge of the perspective of the different workers of the hotels located within the area, in this way it is evidenced as affecting the hotel sector positively or negatively, that is legally constituted and that brings some consequences where it is reflected the great opportunities that can be taken from platforms such as: marketing, promotion and advertising, as well as how other people informally take advantage of this same medium to market, promote and advertise accommodation spaces that are not guaranteed and legally constituted, thereby negatively affecting the hotel sector. Thus it is identified that the purpose of these electronic platforms is to properly realize their functionality in a considered manner, operating on a level playing field for all the parties concerned.

Keywords: Digital platforms, hotel sector, marketing, promotion, advertising, functionality.

Tabla de contenidos

Introducción	9
Planteamiento del problema	12
Pregunta de investigación	13
Objetivos	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos	14
Justificación.....	15
Metodología	16
Enfoque general de la investigación	16
Método de la investigación	16
Técnicas e instrumentos según el objetivo específico.....	17
Análisis documental.....	17
Entrevistas.....	17
Población	17
Muestra	18
Muestra de la investigación.....	18
Marco de referencia.....	19
Marco teórico.....	19
Marco conceptual.....	22
Marco histórico.....	24
Marco geográfico.....	26
Localidad de la Candelaria	27
Marco legal	28
Capítulo I - Conocer el funcionamiento de la plataforma Home Exchange para el intercambio de alojamiento	33
El alojamiento colaborativo como alternativa al hospedaje tradicional	33
Puntos a favor y en contra	33
Intercambio turístico.....	34
Explorando a Home Exchange	34
¿Cómo funciona?	35

Generalidades de Home Exchange.....	36
¿En Qué consisten los Guest Points?	40
¿Cómo se registra en Home Exchange?	43
Casas en la candelaria, encontradas en Home Exchange. Casa No. 1	51
Capítulo II Identificar la percepción de los hoteles ubicados de la localidad de la Candelaria respecto a la plataforma Home Exchange	56
Para hotelería/hotelería informal	56
Informalidad en el sector turístico	57
Matriz de sistematización de las entrevistas	59
Análisis global de la entrevista	64
Capítulo III Realizar un plan de acción que permita a los hoteles de la Candelaria minimizar los efectos de la plataforma Home Exchange	65
Qué es un plan de acción	65
Matriz de vester Causas y efectos.....	66
¿Cómo hacer la matriz de Vester?	67
Árbol de problemas.....	71
Cómo se elabora el árbol de problemas.....	71
Efectos.....	72
Problema.....	72
Causas.....	72
Plan de acción.....	77
Presupuesto de acuerdo con estrategias del plan de acción	84
Conclusiones	86
Recomendaciones.....	88
Referencias	89
Anexos.....	94

Introducción

En la actualidad, el turismo se compone de una demanda y oferta generada por aquellos que desean trasladarse de un sitio a otro, con la simple finalidad de descansar y experimentar cosas nuevas, fuera de la cotidianidad, a lo que muchos proveedores de servicios han aprovechado de tal situación para satisfacer dicha necesidad. Para muchos el viajar es más un sacrificio de dinero que de tiempo, por tanto, recurrir a lugares más accesibles económicamente ha generado diversas oportunidades de hospedarse y trasladarse a otros sitios con más facilidad. A esto llegan muchos prestadores de servicios ilegales, que han generado un impacto ya sea bueno o malo en el hotelería legal y que genera una gran importancia en el mercado actual.

La proyección de la investigación es realizar un enlace entre el turismo y el intercambio, dando a conocer las principales plataformas electrónicas como Home Exchange, que son importantes actores de este tipo de turismo; relacionando con las primordiales motivaciones del viajero y la forma en que realiza el desplazamiento.

Dentro del trabajo de grado se propone unas metas para alcanzar a percibir el impacto que realmente genera estos prestadores no legalmente constituidos, en el hotelería formal de la zona de la Candelaria en Bogotá, Colombia. Al plantearse un objetivo general donde se piensa en realizar un estudio sobre el impacto de la plataforma HomeExchange en la industria hotelera legal de la localidad de la Candelaria. Donde para generar su alcance se realizan unos objetivos específicos que nos ayudaran a aclarar el panorama en general, el primero es. (1). Conocer el funcionamiento de la plataforma HomeExchange para el intercambio de alojamiento, a esto se procede a. (2). Identificar la percepción de los hoteles ubicados en la localidad de la Candelaria respecto a la plataforma HomeExchange. Y para finalizar se plantea. (3). Realizar un plan de acción que permita a los hoteles de la Candelaria minimizar los efectos de la plataforma Home Exchange. Por tanto, encontrar en la plataforma Home Exchange la manera en que se utiliza y su promoción en el mercado, de tal manera que arroje una visión clara de la importancia en la actualidad y su posicionamiento en un futuro, para la conveniencia o afectación del sector turístico. Donde genere un panorama y la implementación del recurso tecnológico cada vez más dentro del campo turístico y del sector de alojamiento en la ciudad de Bogotá, en la zona de la candelaria.

Por tanto, es fácil relacionar que el tiempo compartido, que se conoce como el goce de un

período vacacional al año, para ser disfrutado durante un determinado tiempo, donde se pertenece de forma directa en nuevas de las modalidades de hacer turismo e interactuar con el alojamiento. Encontrando que para este tipo de viajeros uno en particular como lo es, el consumidor colaborativo y así de tal forma la transformación del sector turístico deja como consecuencia algo llamado la “economía colaborativa” la cual brinda la oportunidad de examinar este fenómeno desde plataformas virtuales que se benefician de este intercambio temporal, generalmente para uso turístico. Barrullas, (2018, pág. 1). Por tanto, la interoperabilidad descrita en: la capacidad de las organizaciones para intercambiar información y conocimiento en el marco de sus procesos de negocio para interactuar hacia objetivos mutuamente beneficiosos, con el propósito de facilitar la entrega de servicios digitales a ciudadanos, empresas y a otras entidades, se reinventa la forma de usar el recurso tecnológico en plataformas conocidas como “meta buscadora” donde se puede encontrar todo tipo de ofertas del sector.

En términos metodológicos se utilizó el enfoque cualitativo para encontrar las características de las plataformas electrónicas, como son su funcionamiento y su forma de uso. El método utilizado fue el explicativo. “Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”. Ruiz, (2010, pg. 155), llevando a cabo una matriz de análisis documental, Entrevistas a los afectados con cuestionarios semiestructurados y por tanto generando un plan de acción, conociendo sus factores internos y externos mediante un análisis DOFA.

Dentro del primer capítulo se podrá observar cómo es la interacción general entre un usuario y la plataforma Home Exchange, quien es uno de los actores principales en la investigación, se da un vistazo desde su página web, generando un registro que nos va a permitir introducirnos al mundo de su página y sus consumidores. A través de esta exploración y a medida que día tras día, se realiza un chequeo del funcionamiento diario, se observa que la plataforma es útil para lo que es su razón social, como generar un intercambio de alojamiento entre personas de diferentes lugares del mundo. Y que adicional tiene datos curiosos y genera unos puntos innovadores que se pueden encontrar mientras se realiza alguna indagación sobre lugares y demás.

Después de realizar este reconocimiento del lugar, se da a conocer la perspectiva de quien hace parte el resto de la investigación, como lo es el hotelería formal en la zona de la candelaria, como

mencionado en su objetivo, llevar a cabo un cuestionario que muestre la posición y punto de vista del lado legal del sector sobre estas plataformas quien se está llevando el protagonismo en la oferta del alojamiento.

Dando en su último objetivo generar una propuesta de un plan de acción que permitirá al hotelería formal de la zona de la candelaria, reintegrarse de forma positiva y poderosa frente a sus competidores dando aprovechamiento a las diferentes herramientas tecnológicas, llevando a la promoción del hotelería y su posible aumento de ventas y ocupación hotelera.

Por conclusión se genera que la funcionalidad y uso que se le da a la plataforma de Home Exchange, donde sus usuarios que hacen parte de ella dan provecho a la misma, tomando un servicio de alojamiento a través de su página web. En donde se da una breve explicación de lo innovadora que es y que se implementa en el mercado actual del turismo, de la cual genera impactos en hotelería convencional. Se da la oportunidad que plataformas como Home Exchange, se integre a su sistema de comercialización e intermediación de publicidad del mismo, donde afecta de forma positiva para la ocupación hotelera, o por lo contrario, para el restante de hoteles que no usan estas plataformas de influencia, su impacto es negativo y en sus reportes económicos y estadísticos se ve reflejado, mucho del turismo que llega a esta zona son personas de estados como Europa a quienes buscan más la economía que la comodidad.

Planteamiento del problema

El intercambio hace parte fundamental de las vacaciones, romper el esquema de todo el año, el estilo de vida y la monotonía; “puede ser y es conseguido a través de numerosas actividades y planteamientos que varían de acuerdo con los gustos y circunstancias personales” Enciso, (s.f., pág. 24). El pensamiento estudiantil, generalmente universitarios, generan pensamientos como: “viajar a la ventura, a lo que salga, con programación personal sobre la marcha o experiencias de trabajo, sobre todo en el extranjero” Enciso, (s.f., pág. 24) y para clausurar “las casas de labranza o similares: economía y ocasión para conocer sitios de interés no frecuentados.” Enciso,(s.f., pág. 25). Por lo cual genera incógnitas sobre la población final que se interesa por este tipo de turismo. Al hablar del sector informal se habla de un término que se ha prestado a confusión a través del tiempo dado la complejidad del análisis y la falta de un consenso en su definición, lo cual atrae problemas en la estandarización de su medición y estudio. Su implicación en la economía abre la discusión sobre la importancia que debemos prestar ante su proporción en la actividad económica de todas las sociedades.

Cholula, (2008, s.f.); Adriana Barrios; Cristian Escobar, (2015, p. 10).

Los viajes en la era de los blogs y las redes sociales se caracterizan no sólo por la difusión de información sobre lugares y actividades de viaje, sino que va acompañada del relato de experiencias en una perspectiva que permite a las personas expresar su amor por los viajes con un enorme alcance. Araújo Pereira & de Sevilha Gosling, (2017, p.62).

A medida del tiempo, se genera un crecimiento de la demanda turística que reúne cambios en la forma de accesibilidad a la información de todo tipo, generados por el crecimiento continuo avance del Internet.

Según Araújo Pereira & de Sevilha Gosling, (2017) considera que;

Existe 7 motivos claves que los viajeros tienen en cuenta. 1) búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal; 2) interés de vivir la diversidad cultural; 3) romper con la rutina y escapar de la realidad; 4) búsqueda de novedades; 5) búsqueda de aventuras y desafíos; 6) búsqueda de autenticidad y libertad; y 7) búsqueda de historias para contar. Que concluye con el decir que el intercambio se crea a través de la necesidad del ser humano y relacionarse con el otro, con el bien o con el servicio. (p.62).

Para la Ley 256 de 1996, por el cual se dictan normas de competencia desleal, en su capítulo II Actos de competencia desleal, explica en cada uno de sus artículos todos los actos considerados como competencia desleal, entre ellos se encuentran los actos de desviación de clientela, de desorganización, de confusión, de engaño, de descrédito, de comparación, de imitación, explotación de la reputación ajena y la violación de secretos. Adriana Barrios; Cristian Escobar, (2015, p. 19).

El uso inadecuado de apartamentos de uso residencial a uso comercial que carecen de registro nacional de turismo, es decir, que los propietarios arriendan por días sus apartamentos sin tener un permiso legal; en dichos apartamentos por lo general no se brinda ningún servicio a la habitación y pueden ingresar entre 5 a 10 personas. (Díaz, s.f.).

Lo cual esto a nivel de hotelería formal se afecta su estructura financiera y de credibilidad para los extranjeros. Internamente en un hotel, la ocupación generada evalúa muchas situaciones y sus causas de la disminución de ventas ocasionado, un análisis a profundidad es que, no se da importancia a la publicidad y la promoción, generada a los turistas generalmente extranjeros a motivarlos a visitar ciertas zonas y por tanto a hospedarse en la misma. Si por lo contrario cualquier hotel con estas causas negativas, no genera un procedimiento clave para la generación de mayor recurso, se desborda un problema irreversible, ya que al turista nunca será incentivado a viajar y mucho menos a querer alojarse en un hotel.

En la actualidad se perfecciona cada vez más el hábito de hacer un intercambio de hogares, en Bogotá a pesar de que el turismo cibernético no es el boom de la modernidad, se abre la posibilidad a las agencias operadoras, mayoristas y de representación que acudan al intercambio turístico como un posible beneficio y plus al mostrar los servicios de la compañía. Siempre mostrando beneficios de familiaridad, comodidad y economía. En los últimos años se ha generado tendencia en la capital, donde prima la seguridad; la libertad de espacio y mente que logra un impacto positivo entre los turistas de la ciudad, a transformar los estilos de descansar y hacer turismo.

Adentro de la actividad que acude tanto los operadores como los beneficiarios, se llega a una simple conclusión de economía compartida, que se expresa como el interés que se busca en el otro, para tener beneficio propio. Dentro de la ciudad las generaciones de empresas de tiempo compartido han evolucionado e incrementado.

Pregunta de investigación

¿Cuál es el impacto de la plataforma Home Exchange en la industria hotelera legal de la localidad de la Candelaria?

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio sobre la percepción de la plataforma Home Exchange en la industria hotelera legal de la localidad de la Candelaria.

Objetivos específicos

Conocer el funcionamiento de la plataforma Home Exchange para el intercambio de alojamiento.

Identificar la percepción de los hoteles ubicados de la localidad de la Candelaria respecto a la plataforma Home Exchange.

Realizar un plan de acción que permita a los hoteles de la Candelaria minimizar los efectos de la plataforma Home Exchange.

Justificación

Encontrar en la plataforma Home Exchange la manera en que se utiliza y su promoción en el mercado, de tal manera que arroje una visión clara de la importancia en la actualidad y su posicionamiento en un futuro, para la conveniencia o afectación del sector turístico. Dando de forma objetiva un punto de vista de tal manera para que sea claro cuál es, el aprovechamiento de este tipo de tecnología para implementarla en el sector hotelero.

Se realiza el proyecto de forma investigativa, con la finalidad de descubrir a través del estudio planteado, la claridad del panorama y la implementación del recurso tecnológico cada vez más dentro del campo turístico y del sector de alojamiento en la ciudad de Bogotá, en la zona de la candelaria. Por otro lado, la relevancia de este estudio se verá afectada en las futuras generaciones que tienen pleno conocimiento de los medios electrónicos tanto físicos como virtuales; que facilitan y de tal modo realicen un alcance del beneficio al consumidor, reflejando el cambio que actualmente se está desarrollando.

La fundamentación del trabajo se va a representar en el impacto que puede dar a los diferentes establecimientos afectados, como lo es el hotelería que a través de las nuevas tecnologías han generado mayor competitividad, y que busca la manera de innovar e imponer en el mercado, alojamiento de calidad y la eficacia del servicio. Lo cual ampliara el conocimiento sobre el espacio para innovar y llegar de manera más efectiva a los viajeros modernos que usan las diferentes plataformas de servicio utilizadas. Evaluando si esto sobresale de forma positiva o negativa en el sector hotelero y como se puede generar un crecimiento a su promoción, donde inquietara a los turistas la utilización de estos medios para el acercamiento al destino y a sus diferentes prestadores de servicios.

Metodología

Enfoque general de la investigación

El enfoque del proyecto será evaluado de forma cualitativo Ruiz, (2010) Señala que:

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes. (p.155).

Las características de las plataformas electrónicas, como son su funcionamiento y su forma de uso.

Método de la investigación

El proyecto de investigación busca encontrar una forma más detallada del funcionamiento que se le da a las plataformas electrónicas que funcionan y operan en la actualidad, por tanto, será una investigación explicativa. “Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables” Hernández, (2006); Metodología de la Investigación, 2009, (p.41) por lo tanto, de tal manera que se va a informar como es este procedimiento.

Técnicas e instrumentos según el objetivo específico

Tabla 1.

Técnicas e instrumentos

OBJETIVOS	Técnica	Instrumento
Conocer el funcionamiento de la plataforma Home Exchange para el intercambio de alojamiento.	Análisis documental	Matriz de análisis documental
Identificar la percepción de los hoteles ubicados de la localidad de la Candelaria respecto a la plataforma Home Exchange.	Entrevista	Cuestionario semiestructurado
Realizar un plan de acción que permita a los hoteles de la Candelaria minimizar los efectos de la plataforma Home Exchange.	Árbol de problemas	Matriz de Vester

Nota: Autoría propia.

Análisis documental

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Gómez (2004, pág. 2).

Entrevistas

Según Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández, & Varela-Ruiz, La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. (2013, pág. 3).

Población

La población en una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, etc.) que pueden participar del fenómeno definido y delimitado en el problema de investigación. La población tiene la connotación de ser medida, cuantificada y estudiada, también se le suele llamar universo. La población debe delimitarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo con los criterios del investigador; la población puede ser finita o

infinita. La población escogida para la investigación fueron los hoteles ubicados en la localidad de la Candelaria.

Muestra

Desde la perspectiva de Otzen, t. & Manterola.

La muestra permite generalizar los resultados en una población específica, los cuales serán un conjunto de sujetos que pertenecen a una población definida y que están disponibles para la investigación; en ese sentido, una muestra será representativa o no, solo si fue seleccionada al azar y si todos los sujetos tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionados en una muestra y, por ende, ser incluidos en el estudio. (2017)

Entonces, el muestreo tiene por objetivo estudiar las relaciones existentes entre la distribución de una variable “y” en una población “z” y la distribución de esta variable en la muestra de estudio (Hernández Sampieri et al., 2006). Con respecto a la investigación y teniendo en cuenta las particularidades del estudio y su población objeto de análisis, se define que la técnica de muestreo a utilizar es la no probabilística, por conveniencia puesto que no permite a todos los individuos de la población investigada tener la misma posibilidad de ser seleccionados.

En ese sentido Otzen, t. & Manterola. (2017) mencionan que la muestra por conveniencia tiene las siguientes características: “Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p.230).

Muestra de la investigación.

No probabilística definida por conveniencia. Tres (3) hoteles ubicados en la localidad de la Candelaria.

Marco de referencia

Marco teórico

El turismo en esencia es el movimiento de personas, que por obra y gracia de la globalización es el fenómeno social más importante de esta época, manifestándose en el encuentro de culturas diversas a un nivel personal/familiar, con sus consecuencias sociales. La “gran aldea” que es hoy nuestro planeta, posibilita la convivencia, el intercambio y el conocimiento de los visitantes con poblaciones locales. González (2009,p.1)

Según la definición por la Organización Mundial. del Turismo recomendaciones OMT-NU (1994, p.3)

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el desplazamiento de las personas a destinos no habituales, que se realizan por motivos personales o de negocios. El turismo como tal se define como el desplazamiento de una persona a un sitio que no es su lugar de residencia y que se involucra directamente con el destino aportando al gasto turístico.

Adentrándose en la actividad que acude tanto los operadores como los beneficiarios, se llega a una simple conclusión, se expresa como el interés que se busca en el otro, para tener beneficio propio. Dentro de la ciudad las generaciones de empresas de tiempo compartido han evolucionado e incrementado.

El Tiempo Compartido es el pago adelantado del hospedaje a futuro en algún hotel o condominio turístico, esto es, por un precio fijo descontado y una cuota anual de mantenimiento”, (Estilos turísticos) lo que quiere decir que se genera un costo de administración por adelantado del hospedaje. “Se adquiere el uso o goce de un período vacacional al año, para ser disfrutado durante un determinado número de años, en una unidad con capacidad entre dos a diez personas.” (Estilos turísticos) Esto puede variar según el pago realizado y lo planeado en años que desean usar el servicio compartido. Que por conclusión se deja que, “unidad vacacional que le pertenece a varias personas. Cada unidad se divide en semanas, y estas se venden por separado” Mexican Timeshare Solutions, (2013, p.1)

Para la revista Mexican Timeshare Solutions:

Las semanas fijas: Este es el programa más básico, usted puede utilizar la unidad durante una semana específica del año. Semanas flotantes: Puede utilizar la unidad durante una determinada estación del año. La primera persona que haga la reservación será la considerada como confirmada. Semanas Splited: Usted puede dividir su semana en dos o más períodos, en diferentes fechas Sistema de puntos: Usted compra un cierto número de puntos de tiempo compartido, y los cambia por el derecho a utilizar una unidad durante un determinado período. Es más flexible que el sistema de semanas fijas. Un tiempo compartido está diseñado para ser adquirido por un período largo -30 años o más-ya que a veces pueden ser heredados por sus familiares. (2013, p.1)

El tiempo compartido en Colombia y en su capital, “La modalidad de vacaciones de tiempo compartido ha sido uno de los beneficiados del boom turístico que ha tenido el país, tanto, que, según los empresarios del sector, se viene registrando un crecimiento de alrededor del 20% anual.” Flórez, (2017, s.f.).

El internet es el medio donde forja el acceso del consumidor al beneficio, es la herramienta de relación de comunicación y personalizar la interacción del mensajero con el destinatario. La hipótesis de que las herramientas 2.0, más en concreto, las redes sociales, deben ser un elemento clave en toda estrategia empresarial del sector turístico, “los cuales han reformado la naturaleza de las comunicaciones de marketing” Yannopoulou, (2013, p.1)

Como lo ha hecho el cambió de la forma en que los consumidores interactúan con las marcas” Con esto juega un papel importante sobre las nuevas formas de consumo y la vía en que usuarios se informan y se conectan con un destino. "Las redes sociales tienen que ver con compartir en línea. Hemos extendido ese comportamiento al mundo sin conexión. Tras la recesión, comienza a surgir una mentalidad ligeramente diferente, y es que el acceso es más poderoso que la propiedad.” National Public Radio,(2013,p.1)

En cuanto a los casos en particular como (plataformas de intermediación al consumo colaborativo), se representan en sectores turísticos como (alojamiento/ recreación/ restauración), además, dentro de cada sector las plataformas seleccionadas son consideradas de gran relevancia, por el tamaño de la población que utilizan estas herramientas, tales plataformas son: Couchsurfing (servicio de alojamiento en casa del anfitrión); Airbnb (plataforma de software dedicada a la oferta

de alojamientos a particulares y turísticos); HomeExchange (forma de alojamiento en el que dos partes acuerdan ofrecerse mutuamente casas de familia por un período de tiempo determinado).

Esta innovadora práctica puede favorecer de forma significativa al turismo a través de la negociación y desplazamiento del turista a poblaciones de interés y a hospedajes transitorios, lo que amplía el interés de culturizar e intercambiar conocimientos del turista emisor al receptor y viceversa. El intercambio turístico se puede decir que es una revelación del cambio o reciprocidad de la mudanza temporal realizados por turistas al exterior, es decir un hábitat en el cual no residen.

La idea de una "economía del intercambio" es tan antigua como el tiempo. Impulsado por la evolución hacia la interoperabilidad de la Web 2.0 y la proliferación de redes sociales en línea."

Es un fenómeno relativamente reciente y en constante desarrollo, tanto cuantitativa como cualitativamente. Aunque se trate de un fenómeno no totalmente inédito, por lo menos a nivel informal entre familiares y amigos. Russo, (2014, pág. 1)

El intercambio durante la última década ha ido imponiéndose para un número creciente de viajeros como una alternativa atractiva a la oferta comercial de alojamiento. Se trata de un nuevo concepto de hospitalidad que se puede enmarcar adentro del paradigma emergente del "consumo colaborativo".

El consumo colaborativo relaciona los intercambios de productos y servicios con Internet y que gracias a este concibe la capacidad de compartir, crear confianza y reputación entre extraños, "El cambio hacia "economía de intercambio", con la entrada de numerosas marcas en línea, que permiten a los consumidores no solo compran, sino también intercambian productos, servicios y habilidades." National Public Radio, (2013,s.f.).

Por otra parte, Cibele Lopes Souto Maior-Cabanne, (2017) dijo que:

El concepto de consumo colaborativo de puede ser considerado un subconjunto de lo que presentan como (consumo basado en el acceso) Una práctica en la cual los consumidores optan por la experiencia de acceder a productos y servicios temporariamente en vez de comprarlos."

(pág. 2)

El comportamiento del consumidor y las conductas de consumo se han ido moldeando y emergiendo nuevas formas de viajar y alojarse. Barrullas, (2018, pág. 1).

El consumidor colaborativo y la transformación del sector turístico deja como consecuencia algo llamado la “economía colaborativa” la cual brinda la oportunidad de examinar este fenómeno desde plataformas virtuales que se benefician de este intercambio temporal, generalmente para uso turístico. Barrullas, (2018, pág. 1)

Marco conceptual

Intercambio:

Según Real Academia Española, Diccionario, 2001, “La reciprocidad e igualdad de consideraciones y servicios entre entidades o corporaciones análogas de diversos países o del mismo país, (s.f.) En el turismo, el intercambio se relaciona directamente entre los prestadores de servicios y el viajero.

Turismo receptor:

Para un país determinado, el turismo realizado por los extranjeros que lo visitan es llamado Receptor. Real Academia Española, Diccionario, (2001)

En un destino explotado por el turismo, es importante para que los visitantes sean motivados a viajar hasta el lugar, para Sancho. El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino. país receptor, lugar de acogida, (pág. 16), y por consiguiente se denomina que “Turismo receptivo: no residentes procedentes de un país determinado.” Sancho, (pág. 51)

La incidencia tiene como factores a destacar donde son desde:

1. Grado de desarrollo y crecimiento económico, dando como importancia el avance tecnológico dentro de la sociedad a visitar;
2. Renta disponible de la población; generalizando la calidad de vida que se tiene en la zona a visitar.
3. Tiempo de ocio; dando a conocer las diferentes actividades y lugares por conocer y descansar.
4. Aspectos demográficos (diferencias en la edad media de la población, en el tamaño de la misma, etc.).
5. Entorno político; toda la afectación entre leyes y normas a tener en cuenta.
6. Costumbres y creencias religiosas; reconociendo diferencias de culturas que pueden afectar desde el vestuario hasta el vocabulario.
7. Nivel general de educación; aunque no es un factor de mayor importancia, el conocimiento y el grado de estudio afecta a decidir sobre la visita del extranjero.
8. Grado de desarrollo tecnológico; y no menos importante, la tecnología y sus avances no solo por

promoción del lugar, de igual manera, la competitividad que este genera para el incentivo del viajero.

Todo ello al crecimiento del turismo. “La exportación intangible de bienes y servicios turísticos por parte del país receptor de los turistas y visitantes, con la particularidad de que éstos efectúan el consumo de dichos bienes y servicios en el propio país receptor.” Sancho, (pág. 218). Es decir que la importancia y calidad de estos dan paso a la utilización de los prestadores de servicios y al gasto turístico receptor.

Economía Compartida:

Que describe las transacciones innovadoras entre personas, contrario a la tradicional que se da entre personas y empresas. Prada, (2017) enfocándola En la economía del turismo, se habla de los nuevos fenómenos de hospedaje, entre ellos revolucionando la forma de generar mayores ingresos a este sector, le recompensa con utilidad.

Plataforma digital:

Para Miguel Ferrer:

Las plataformas digitales se han convertido en una de las vías de acceso a bienes y servicios habituales para los ciudadanos y muy especialmente para los jóvenes. Son uno de los elementos que están ayudando a redefinir nuestra forma de viajar, desplazarnos en la ciudad, informarnos, participar en debates públicos o conocer gente. (pág. 63)

Meta buscadores:

“Es un sistema que permite el acceso unificado (Interfaz única) a múltiples sistemas y recursos de información (Bases de Datos, OPAC’s, Gateway, etc.). Realiza una búsqueda simultáneamente en una selección de bases de datos y recursos electrónicos.” Carrión, 2009, (pág. 6). Es decir que, “Son buscadores que realizan exploraciones en otros buscadores, analizan los resultados de la página y presentan sus propios resultados”. Buscadores y Metabuscaadores, (s.f.)

Tiempo compartido:

“El tiempo compartido nace como un procedimiento de comercializar cualquier bien inmueble destinado a alojar turistas en sus periodos vacacionales y consiste esencialmente, en dividir por periodos de uso una unidas.” Aguilar, (pág. 5)

Interoperabilidad:

La capacidad de las organizaciones para intercambiar información y conocimiento en el marco de sus procesos de negocio para interactuar hacia objetivos mutuamente beneficiosos, con el propósito de facilitar la entrega de servicios digitales a ciudadanos, empresas y a otras entidades,

mediante el intercambio de datos entre sus sistemas TIC. Arquitectura TI COLOMBIA, (s.f.)

Marco histórico

El intercambio organizado entre personas sin vínculos sociales o familiares previos toma impulso en los primeros años 1950, cuando se constituyen las primeras comunidades de intercambio. Hasta la década de los 1990 permanece una opción para un número limitado de personas: una experiencia, de alguna forma elitista. Russo, (2014)

El acto de compartir es tan antiguo como la propia humanidad. Debido a la evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación, que facilitaron la interacción entre las personas en diferentes lugares geográficos; este fenómeno puede conducir a la sociedad a una

Nueva era del compartir. Específicamente en relación al turismo, internet permitió un rápido acceso a la información, facilitó la planificación y las reservas de viajes y mediante las redes sociales como Facebook, reunió personas con intereses comunes para compartir ideas, incluyendo sus experiencias de viajes donde evoluciona y llega algo llamado el Tiempo Compartido Russo, (2014).

Que resultó de la fragmentación de la propiedad de condominios o residencias en lugares turísticos y en otros casos, como solución financiera para algunos hoteles de poco éxito.

El tiempo compartido surge como un procedimiento para comercializar cualquier bien inmueble destinado a alojar turistas en sus períodos vacacionales y consiste esencialmente, en dividir por períodos el uso de una unidad. La forma más común es la división por semanas” Russo, (2014)

Dentro de su historia se relata que comenzó en los años 1963 en Suiza y donde se esparce rápidamente como tendencia por países como, España, Japón, Estados Unidos y “A finales de la década de los 80’s, esta nueva modalidad de hospedaje se extendió en diversos países del mundo, incluyendo Canadá, Australia, Asia, Sudáfrica, el Caribe, México, Israel y países del Este de Europa.” Russo, (2014, s.f.)

¿Sabías que el intercambio de casas es un concepto que existe desde antes que naciera internet? ¡Descubre cómo se hacían los intercambios en esa época!



Figura 1. historia del intercambio de casas. Home Exchange. (2014).

HomeExchange, (2014, s.f.) dice que:

El intercambio que en la actualidad ha enmarcado una tendencia no solo para el usuario y consumidor interesado en este tipo de hospedaje, de igual forma a propietarios y empresarios que se mueven a través del turismo, ya que se enmarca cada vez más el crecimiento relativo de esto y como se potencializa más el mercado.



Figura 2. Historia del intercambio de casas. Home Exchange. (2014).

Como se observa en la Figura 2 que: “Las grandes masas del turismo internacional se han incrementado en los últimos años”, Organización mundial del Turismo, (2018) lo que genera inicios de hipótesis del resultado positivo que generaría la ideación del intercambio. según en un informe realizado por la OMT abordando el panorama del turismo internacional año 2017, lo cual el panorama ha fortalecido la demanda de los países emisores, donde ha crecido en un 7% la llegada de turistas internacionales, manifestándolo en cifras de 1.326 millones de turistas anual HomeExchange, (2014). Por lo que con datos ya establecidos se realiza análisis del turismo emisor generado en el país.

Marco geográfico

“Bogotá es la capital y la ciudad más grande de Colombia. Punto de convergencia de personas de todo el país, es diversa y multicultural y en ella se combinan construcciones modernas con otras que evocan su pasado colonial.” Procolombia, (s.f.)

El destino, incorpora al turismo como una fuerte potencia de empleo y generador de ingresos para la capital que la resuelve con objetivos de competitividad, sostenibilidad y accesibilidad turística a través del fortalecimiento y desarrollo de productos turísticos, la innovación en la gestión, la articulación con la cadena de valor y otros sectores, aportando así a su posicionamiento como destino turístico a nivel local, nacional e internacional.” Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, (s.f.)

Dice la página web Social Hizo, (2019)

Bogotá actualmente tienes seis (6) entradas importantes por las cuales pueden ingresar los turistas, por el norte limita con la ruta de Ubaté y Nemocón; por el occidente el departamento de Tolima y el municipio de la Vega; Oriente los llanos orientales y Villavicencio y por el sur, Silvania y Fusagasugá. (2019) Además, Bogotá tiene una terminal central de pasajeros y carga ubicada en Ciudad Salitre Occidental y la Terminal del Sur, la primera terminal satélite, que está ubicada en la Localidad de Bosa.” (p.1)

El Centro Histórico de La Candelaria es el epicentro cultural e histórico de Bogotá D.C., siendo el centro patrimonial que da cuenta del nacimiento de la ciudad y de su evolución política, económica y social a lo largo de la historia. En el Centro Histórico alberga las sedes de los principales órganos del Gobierno Nacional y del Distrito Capital, al igual que una gran variedad de espacios culturales y sitios turísticos. Alcaldía Mayor de Bogotá, (s.f.)

Localidad de la Candelaria

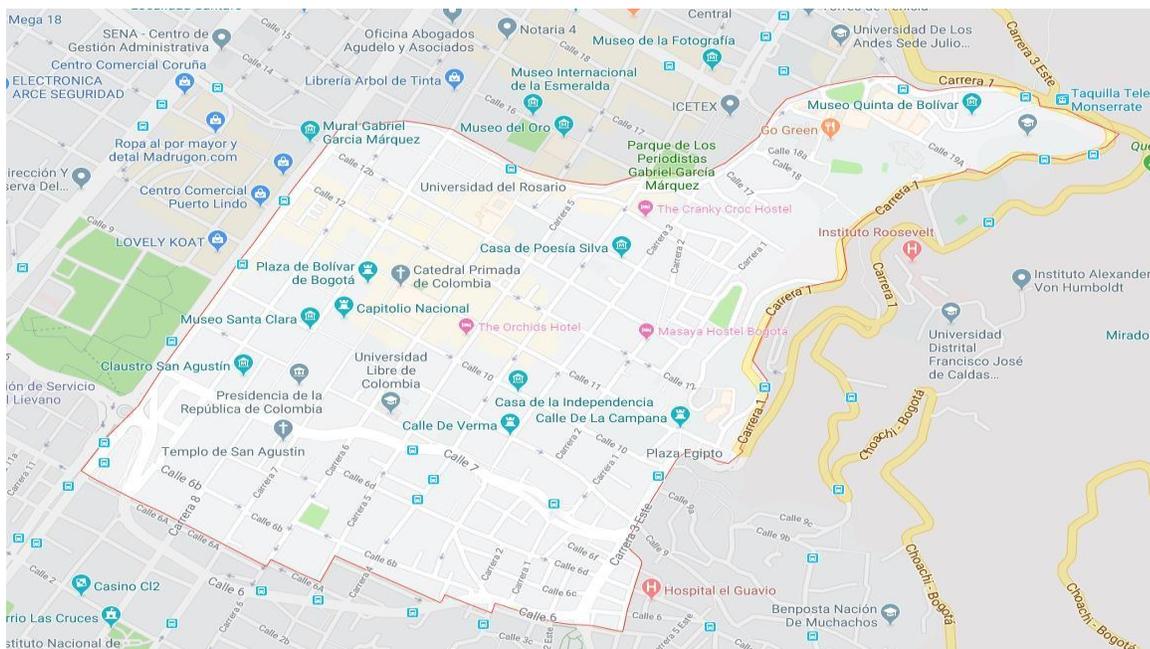


Figura 3. Mapa de la candelaria. google Maps, 2019.

Las plazas de mercado tradicionales alternan con sofisticadas zonas gastronómicas; la arquitectura colonial de sus centros históricos y barrios tradicionales se complementa con sus vibrantes sitios gastronómicos, la cultura y las compras; una sorprendente oferta. Bogotá stop over, (s.f.)

No menos importante las zonas de interés en la zona de la Candelaria donde nacen Bogotá y se recuenta su historia, los diferentes museos de gran oferta cultural, social e histórico; como lo son: Museo Nacional Museo del Oro y Museo de Botero. Se dictaminan principales recomendaciones para que un turista extranjero quiera recurrir a un destino como Bogotá, en los costos de alojamiento que dependen del tipo de inmueble entres hostales, moteles y hoteles y por supuesto la ubicación en la que quieras hospedar, en general los costos van de \$600,000 a \$1,400,000 COP. Dada room, (2017).

Siguiendo por el transporte usado en la ciudad, principalmente por Transmilenio que ocupa uno de los transportes masivos más grandes de Colombia, que cuenta con diferentes estaciones intercomunicados entre ellos para que el viajero se transporte en toda dirección, a esto le siguen los taxis amarillos, buses y por último las ciclo rutas que en la actualidad se han ido mejorando sus vías y rutas para que los habitantes se movilen de esta manera. El turismo gastronómico en Bogotá es una tendencia actual y una de las más fuertes por las que los extranjeros visitan a la

capital; para tener en cuenta que ofrece una gran variedad de restaurantes calificados en zonas exclusivas donde se hace imposible no visitar. Partes de estos es la zona de la Macarena, entre otras.

¿Para qué es importante todo esto?, Para la capital, los operadores de servicios han sido los principales actores del desarrollo turístico; servicios digitales como HomeExchange que ha ayudado a los viajeros a conectarse con anfitriones de todos los países y ciudades principales como lo ha sido de igual forma Bogotá. Para tener en cuenta a esta ciudad dentro de los destinos de intercambio y preferencias del turista, el estudio previo de cada sitio es importante, el reconocimiento del territorio y la multiculturalidad que se presenta es importante mostrarla dentro de las generalidades. La idea del turista es socializarse con el destino y referenciarse de la experiencia que puede obtener a realizar el intercambio. La ciudad de Bogotá se denominará como lugar de estudio para el campo del intercambio, se señalarán las principales motivaciones del turista al visitarlo y por qué recurren a plataformas para acercarse a la capital y todo lo que ofrece.

Marco legal

Constitución política

Para la ley colombiana se dictamina diferentes reglas legislativas, dentro de la Constitución Política, en el artículo 300, acto legislativo 01 de 1996, artículo 2 y el artículo 300 de la Constitución Política de Colombia quedará así;

Corresponde a las Asambleas Departamentales, por medio de ordenanzas:

1. Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de los servicios a cargo del Departamento.
Del Régimen Departamental Artículos 298 – 300
2. Expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas de frontera. Constitución Política, (2016, pág. 10)
3. Las leyes dentro de la constitución de Colombia dan cubrimiento a todo tipo de prestadores de servicios aportantes a los diferentes sectores que generan economía en el país, a estas leyes y normas que dan como finalidad un seguimiento exigente para un efectivo cumplimiento, las plataformas electrónicas no están exentas de esta normatividad, para una buena regulación de la nueva era de la tecnología y los prestadores digitales se debe tener en cuenta antes la siguiente ley:
4. La ley 1341 creada el 30 julio de 2009, definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Ministerio

de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 1).

5. Dentro del primer y más importante objetivo de la ley encontramos que; La presente Ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información Ministerio de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 1).

Dentro de sus componentes y artículos resaltamos los más importantes entre ellos

1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
2. Libre competencia
3. Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos.
4. Protección de los derechos de los usuarios
5. Promoción de la Inversión.
6. Neutralidad Tecnológica.
7. El Derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC
8. Masificación del gobierno en línea.

Plan nacional de Desarrollo 2018-2022

El MinCIT, con el apoyo de sus entidades y programas adscritos, de otras instancias del Gobierno nacional y de las entidades territoriales, entre otros actores y partes interesadas nivel público y privado, liderará y coordinará la ejecución, seguimiento y evaluación del Plan Sectorial de Turismo.” Plan Nacional de Desarrollo, (2018-2022 p.224

Ley 300 de 1996

Ley 300 de 1996 dictamina "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones". Entre estos el ARTÍCULO 62. Prestadores de servicios turísticos que se deben registrar. Reglamentado por el Decreto Nacional 504 de 1997, Modificado

ARTICULO 12, Ley 1101 de 2006. Será obligatorio para su funcionamiento, la inscripción en el registro nacional de turismo de los siguientes prestadores de servicios turísticos:

b) Establecimientos de alojamiento y hospedaje; Congreso de la República. (2009, p. 16)

ARTÍCULO 83. Las habitaciones hoteleras como domicilio privado. Para los efectos del artículo 44 de la Ley 23 de 1982 las habitaciones de los establecimientos hoteleros y de hospedajes que se alquilan con fines de alojamiento se asimilan a un domicilio privado. Congreso de la República, (2009, p.22)

PARÁGRAFO El subsector de la educación turística formal, en sus modalidades técnica, tecnológica, universitaria, de posgrado y de educación continuada es considerado como soporte del desarrollo turístico y de su competitividad y en tal condición se propiciará su fortalecimiento y participación. Congreso de la República, (2009, p. 2)

Ley 1341

ARTICULO 1.- OBJETO. La presente Ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información. Congreso de Colombia, Ministerio de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 1).

Principios generales

Libre competencia. El Estado propiciará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia al mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior, el Estado no podrá fijar condiciones distintas ni privilegios a favor de unos competidores en situaciones similares a las de otros y propiciará la sana competencia. Ministerio de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 2)

Principios orientadores.

Protección de los derechos de los usuarios. El Estado velará por la adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como por el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Habeas Data, asociados a la prestación del servicio. Para tal efecto, los proveedores y/u operadores directos deberán prestar sus servicios a precios de mercado

y utilidad razonable, en los niveles de calidad establecidos en los títulos habilitantes o, en su defecto, dentro de los rangos que certifiquen las entidades competentes e idóneas en la materia y con información clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna para que los usuarios tomen sus decisiones Ministerio de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 2)

Artículo 6.- DEFINICIÓN DE TIC: Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, vídeo e imágenes. Ministerio de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 4)

Artículo 64.- INFRACCIONES. Sin perjuicio de las infracciones y sanciones previstas en otras normas, constituyen infracciones específicas a este ordenamiento las siguientes:

1. No respetar la confidencialidad o reserva de las comunicaciones.
2. Proveer redes y servicios o realizar telecomunicaciones en forma distinta a lo previsto en la Ley.
3. Utilizar el espectro radioeléctrico sin el correspondiente permiso o en forma distinta a las condiciones de su asignación.
4. El incumplimiento de las obligaciones derivadas de las concesiones, licencias, autorizaciones y permisos.
5. Abstenerse de presentar a las autoridades la información requerida o presentarla de forma inexacta o incompleta
6. Incumplir el pago de las contraprestaciones previstas en la ley.
7. Incumplir el régimen de acceso, uso, homologación e interconexión de redes.
8. Realizar subsidios cruzados o no adoptar contabilidad separada.
9. Incumplir los parámetros de calidad y eficiencia que expida la CRC
10. Violar el régimen de inhabilidades, incompatibilidades y prohibiciones previsto en la Ley.
11. La modificación unilateral de parámetros técnicos esenciales y el incumplimiento de los fines del servicio de radiodifusión sonora.
12. Cualquiera otra forma de incumplimiento o violación de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales o regulatorias en materia de telecomunicaciones
13. Cualquier práctica o aplicación que afecte negativamente el medio ambiente, en especial el entorno de los usuarios, el espectro electromagnético y las garantías de los demás proveedores y operadores y la salud pública. Ministerio de TIC, Ley 1341, (2009, pág. 28-29)

Plan Sectorial de Turismo 2018-2022

DNP, (2018, pág. 224) tiene como propuesta seis (6) líneas estratégicas que impulsarán y fortalecerán el turismo en Colombia.

1). Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector del turismo; 2) Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística⁸¹; 3) Atracción de inversión, infraestructura y

conectividad para el turismo; 4) Innovación y desarrollo empresarial en el sector del turismo; 5) Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo; y 6) Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Se reconoce en ítems la importancia de impulsar a las entidades territoriales para la conformación de los Consejos Departamentales y Municipales de Turismo, su vinculación al Sistema Nacional de Gobernanza para el Turismo y su articulación en el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad a través de las Agendas Integradas de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.” (p.12)

Según Plan sectorial de Turismo, Se reglamentarán las plataformas de comercialización y nuevas tecnologías asociadas al turismo, igualmente se promoverá la formalización de todos los servicios turísticos distribuidos desde y a través de ellas. (2018, p.38)

Capítulo I - Conocer el funcionamiento de la plataforma Home Exchange para el intercambio de alojamiento

Las plataformas digitales de turismo y alojamiento mediante aplicaciones y plataformas online, se crean puntos de encuentro de demanda y oferta de bienes y servicios infrautilizados que pueden ser compartidos, prestados, regalados, intercambiados, alquilados o comprados Encarnación, (2006, págs. 2,3)

Hoy, el grueso de las iniciativas colaborativas se da en este sector del alojamiento turístico. Si la idea base de la economía colaborativa es la de reaprovechar los recursos de los que disponemos, permitiendo su uso a terceras personas ¿por qué no hacer lo mismo con la vivienda? Algo que hasta ahora se conocía como intercambio de casas. Encarnación. (2006, págs. 5-6)

El alojamiento colaborativo como alternativa al hospedaje tradicional

La pregunta obligada es la siguiente ¿el modelo colaborativo resulta aplicable al mercado inmobiliario turístico? Sin duda. Como venimos observando, asistimos a una nueva transformación del imaginario social que se debe, en gran parte, al soporte tecnológico ya que se utilizan las herramientas tecnológicas como catalizadores de la participación ciudadana, desarrollando una nueva conciencia del espacio compartido y permitiendo la emergencia de las sinergias entre individuos activos y comprometidos. Encarnación, (2006, págs. 2,3)

Puntos a favor y en contra

Desde hace mucho tiempo, las personas han acudido a un espacio de su hogar, para sub arrendar, alquilar o alojar a los diferentes huéspedes temporales. Donde su perspectiva hacia el turismo era errónea; para muchos juega un papel a su favor esta actividad ya que, el punto de vista tiene que ver con los niveles de satisfacción de la experiencia turística, entre expectativa y realidad. Que para situaciones en contra se presentan aún más, como la veracidad de lo ofertado, la calidad esperada, el fraude, entre otros. (Márquez, pág. 6).

Los derechos de los usuarios generan unos principios generales y una naturaleza propia, que permiten que diferentes prestadores de alojamiento informales aprovechen de esto. Para los inmuebles es sencillo la promoción atractiva para que los usuarios los visiten, aun mas cuando generan promociones y ofertas inalcanzables para el hotel. Para ellos es tan sencillo como amoblar y adecuar los espacios para que un turista se hospede y por supuesto que no es solo así. Ya antes mencionado, la calidad juega un papel muy importante y no es solo la limpieza y el buen aroma del lugar. La calidad se percibe en los parámetros en donde se pernocta y por eso es de suma importancia los implementos necesarios de seguridad y salubridad, un ejemplo claro de esto son los equipos necesarios en caso de emergencia, sistema de extinción de incendios, señalizaciones,

botiquín, buena luminosidad y ventilación. La seguridad eléctrica y de telecomunicaciones debe ser eficiente, porque para estos huéspedes actuales es más que necesario y es parte de la experiencia adquirida en el lugar. Márquez, (pág. 6;8)

Intercambio turístico

En el intercambio de casas no hay intercambio de dinero, solo de bienes, por lo que no hay problemas legales. Es como un acuerdo entre amigos. Un pacto que se basa en la confianza y que al igual que tú respetarás las casas de los demás ellos respetarán la tuya. Lo más aconsejable es contactar con la otra persona con la máxima antelación posible, para conocerse bien, entablar una amistad y que así no sea un acuerdo entre desconocidos, sino entre amigos. Intercambio de casas: cómo funciona el turismo colaborativo, (2018)

Una forma diferente de viajar, son algunos de los consejos para intercambiar la casa, se dice que, “El intercambio de casas es una fórmula diferente de viajar, pues te permite «vivir» el ambiente real de la ciudad y el país que visitas.” Además, “Sueles conocer y relacionarte con familiares o vecinos de la gente con la que intercambias tu casa y vives como si de tu casa se tratara.” Sarralde, (2019)

A continuación, se presenta a Home Exchange una de las plataformas usadas para el intercambio turístico y entidad virtual usada para la investigación de impacto en el sector hotelero.

Explorando a Home Exchange

Al ingresar a [homeexchange.com. /es/](http://homeexchange.com.es/). Se encuentra la página principal, donde nos muestra de entrada información general de la misma y en sus diferentes ítems donde da la posibilidad de indagar más sobre la misma.

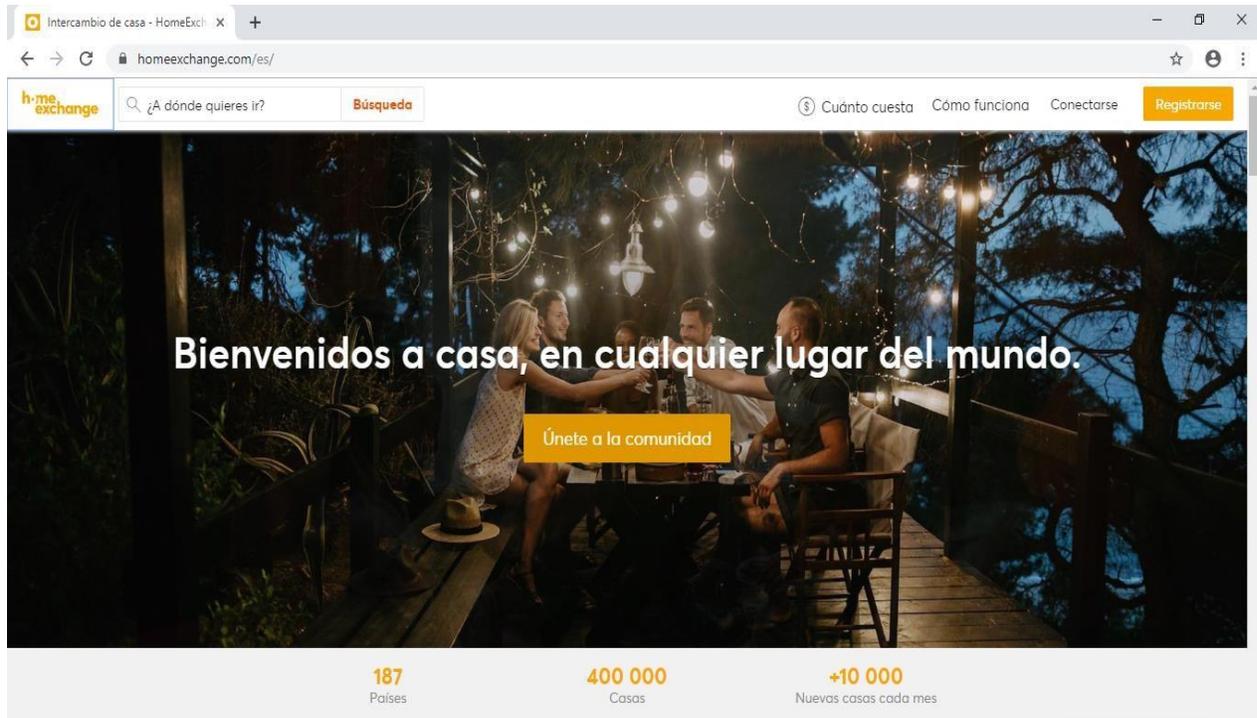


Figura 4. Pagina Home Exchange. Home Exchange, 2019.

¿Cómo funciona?

La misma página tiene su propio ícono de indicación, del funcionamiento de la plataforma. Explícitamente resumiendo que es una red de intercambio de casas a nivel mundial, con más de 400.000 casas ubicadas en 187 países.

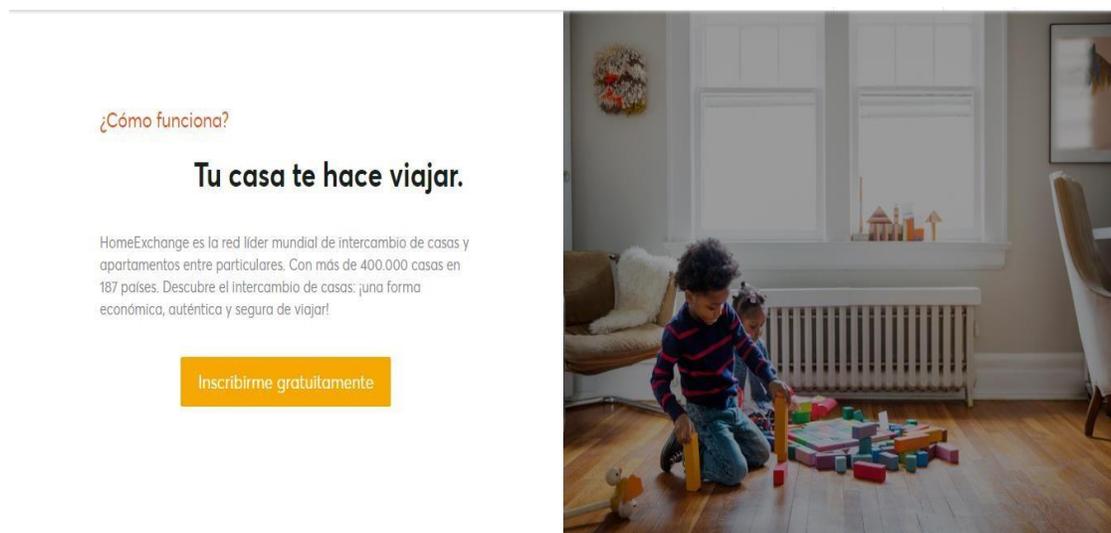


Figura 5. Funcionalidad de la plataforma. HomeExchange, 2019.

Generalidades de Home Exchange

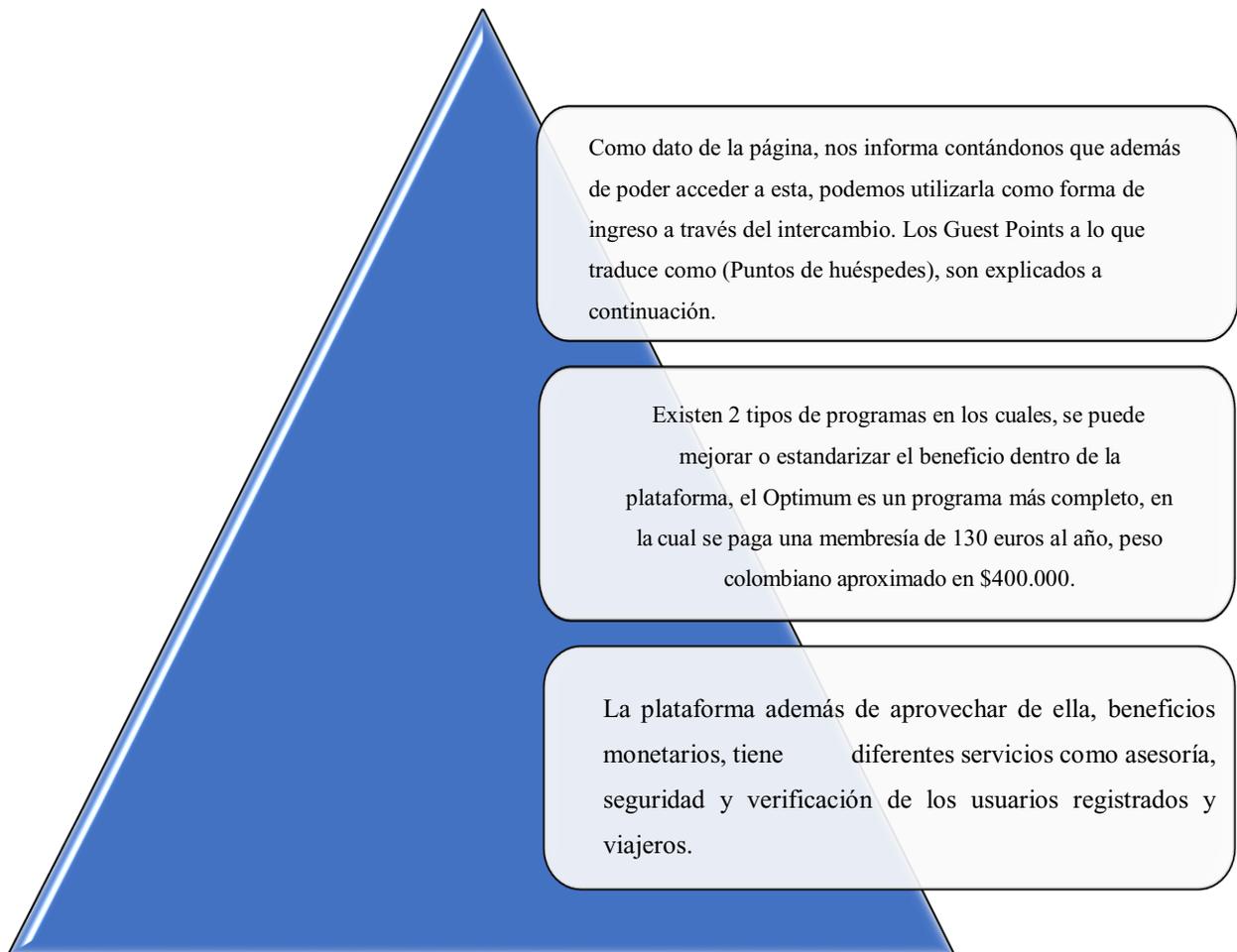


Figura 6. Generalidades. Autoría propia.



Figura 7. Beneficios. Home Exchange (2019)

Para Home Exchange, existe un sistema de puntos que son únicamente virtuales que sirven como dinero canjeable únicamente dentro de la misma y para el mismo servicio.



Figura 8. Servicios. Home Exchange, 2019.

Dentro de la misma plataforma se genera dos ramas para los clientes y su forma de inscripción, como lo son: Optimum y Esencial. Para el Optimum es un usuario que cuesta 130 euros al año, pero que su servicio puede darse como VIP. Mientras que el Esencial es básico y muestra el proceso elemental para viajar.



Figura 9. HomeExchange (2019)

Concluye siempre incitando al registro y aprovechamiento del sistema innovador de alojamiento a nivel mundial.

La innovación de Home Exchange

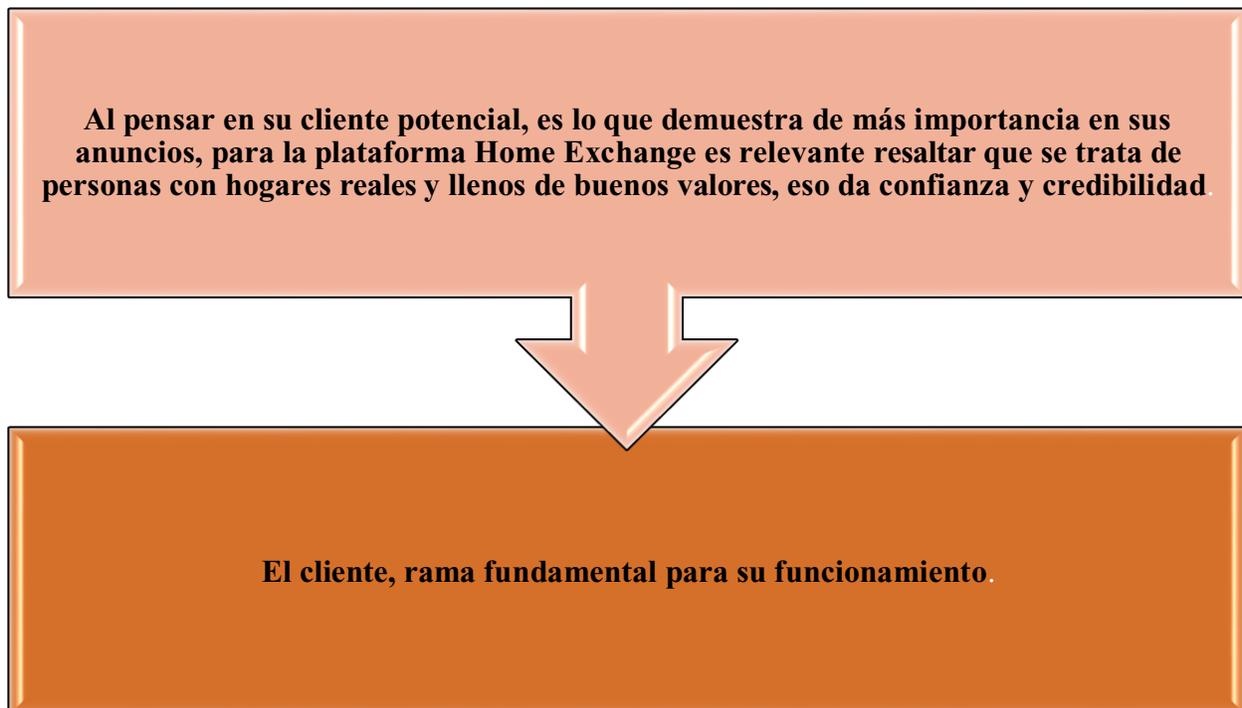


Figura 10. Innovación. Autoría propia.

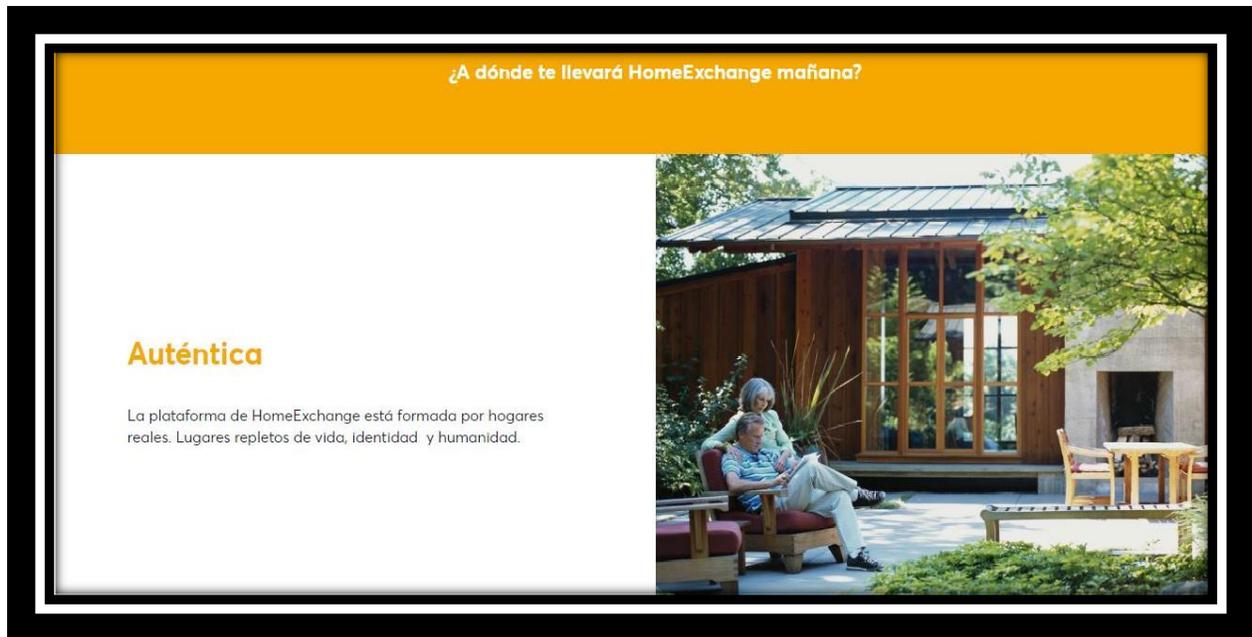


Figura 11. Plataforma. HomeExchange, 2019.

Los clientes se muestran como la mayor rama de importancia y de sentido que tiene la plataforma.

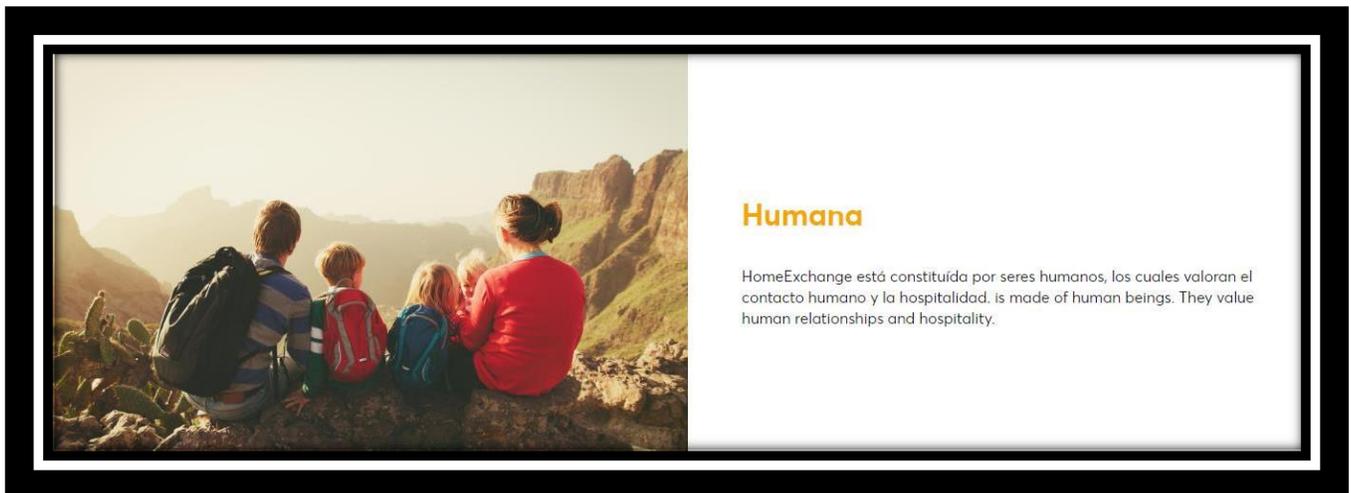


Figura 12. Plataforma humana. HomeExchange, 2019.

Lo cual crea un espacio donde deja de forma abierta la identificación y la motivación que generan los viajeros.



Figura 13. Plataforma viajeros. HomeExchange, 2019.

Crea espacios donde genera sensaciones de alegría y tranquilidad. Y se enfoca en una publicidad sana y familiar.

¿En Qué consisten los Guest Points?

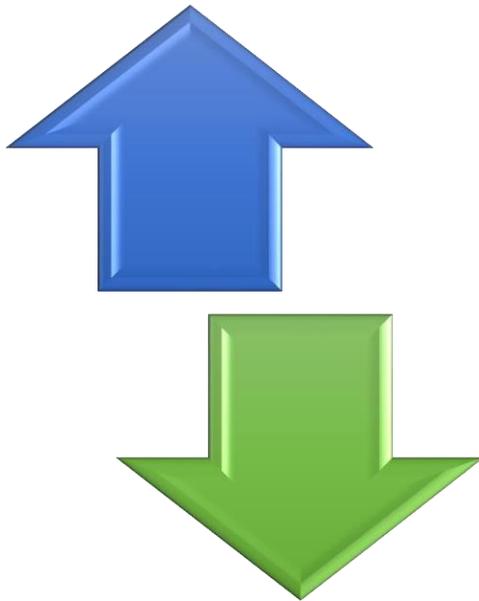


Figura 14. ¿En qué consiste? Autoría propia.

Método de moneda virtual, estilo “Bitcoin” que se obtiene a través de la creación del perfil personal y la además del uso de la plataforma, reservando, viajando y hospedándose. A través de estos se pueden hacer efectivos en un próximo viaje.

El valor del hospedaje de cada casa, lo dispone la misma plataforma, según las siguientes 3 variables.



Figura 15. Variable de valores. HomeExchange, 2019.



Figura 16. Tipos de intercambio. HomeExchange, 2019.

Para intercambiar su hogar puede generarse, como muestra la imagen de Figura 15. “no recíproco” donde se presta el servicio de alojamiento, mas no es necesario hospedarse ni viajar a otro lugar.



Figura 17. Información. HomeExchange, 2019.

Para los Guest Points, se consiguen de diferentes formas, la mejor es: alojarse y dar alojamiento, de esta manera se conseguirán el mayor número de puntos. Por otro lado, la forma de publicidad a través de amigos, donde su registro genera puntos.



Figura 18. Información 2. HomeExchange, 2019.

Para los Guest Points, generan mayor valor al permitir que un turista se hospede y encuentre mayor servicios o facilidades dentro del hogar. Para esto la plataforma lo parametriza en aspectos como son: servicios, capacidad y localización.

¿Cómo se registra en Home Exchange?

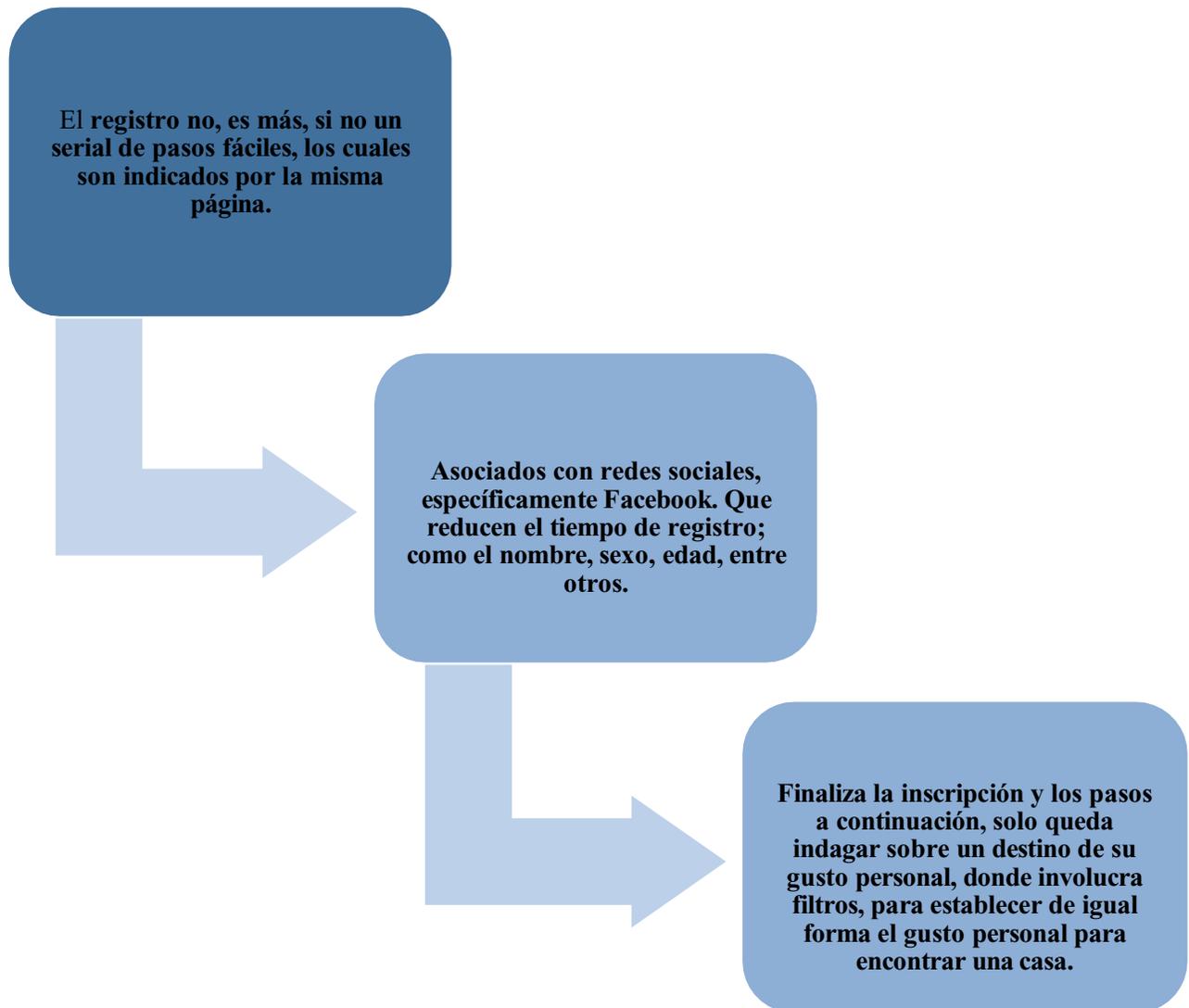


Figura 19. Registro. Autoría propia.

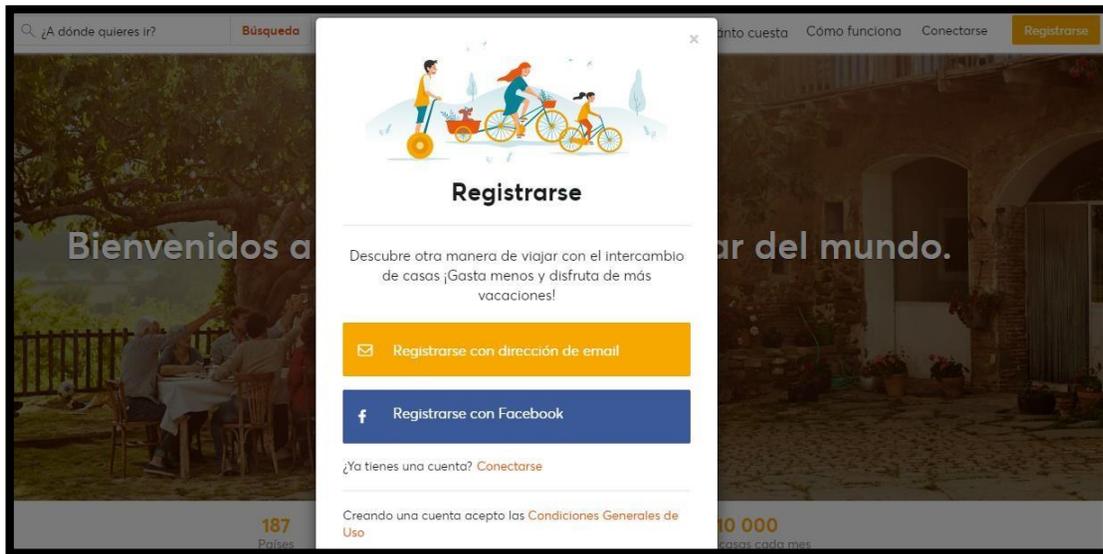


Figura 20. Registro 2. HomeExchange, 2019.

El registro se genera dando clic, al botón que queda en la parte superior derecha de color naranja. Allí genera una pestaña donde exige el registro a través de un correo electrónico o la red social Facebook.

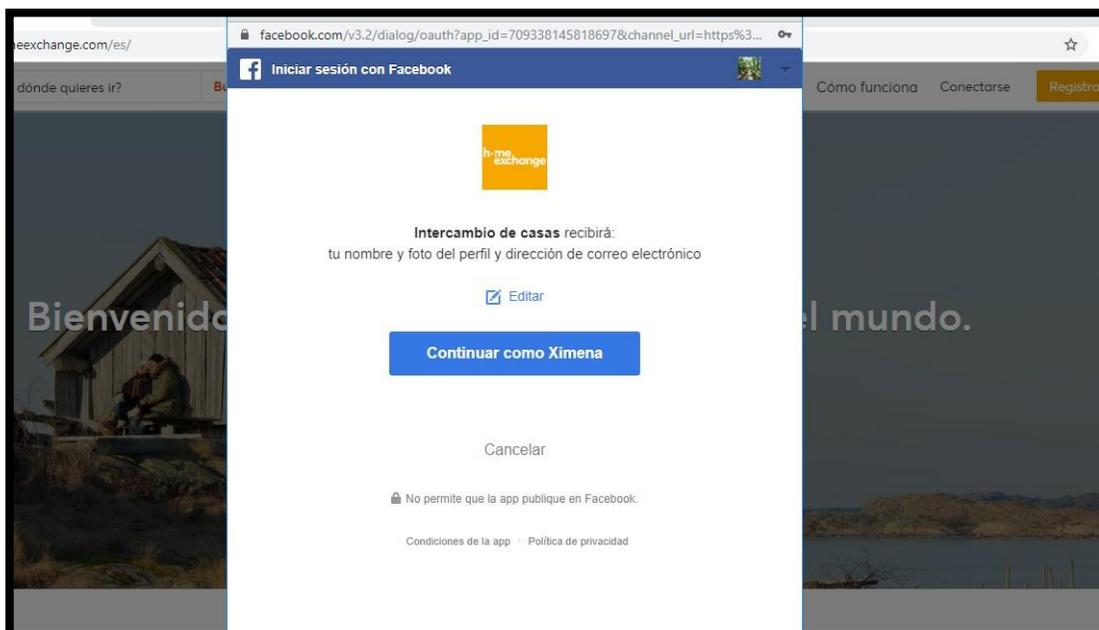


Figura 21. Registro 3. HomeExchange, 2019.

En este caso en particular, se genera el registro a través de la red social, donde con anterioridad debe realizarse su ingreso normal que debe hacerse para navegar dentro de ella. Al que por seguridad pide la continuidad del proceso con el nombre de la persona quien enlaza.

Cuéntanos un poco de tu casa

Tipo de vivienda

Casa

Piso/Apartamento

Tipo de residencia

Principal

Secundaria

Tipo de domicilio
Indica si tu domicilio es unacasa o un piso.

Continuar

¿NECESITAS AYUDA? ^

Figura 22. Registro 4. HomeExchange, 2019.

Después de esto nos genera preguntas de información básica del hogar donde deseamos poner en promoción. Empiezan por el tipo de vivienda: casa, apartamento. Si es principal o secundaria.

Cuéntanos un poco sobre tu casa

Tu dirección

Ubicación

En el centro de una localidad turística "internacional"

A menos de 30 minutos de una localidad turística "internacional"

A menos de 30 minutos de una localidad turística "nacional".

A menos de 30 minutos de una localidad turística "regional"

A más de 30 minutos de todas las localidades turísticas

Dirección

- Indica tu dirección **completa** para que el sistema sitúe tu casa en el mapa.
Ejemplo: Gran Vía 32, 28013 Madrid
- Tu dirección exacta no será pública **hasta que finalices un intercambio como anfitrión (sólo será disponible para tus invitados)**.
- Si el mapa no encuentra tu casa, intenta poner la calle sin el número.
Ejemplo: Gran Vía, 28013 Madrid

< Volver

Continuar

¿NECESITAS AYUDA? ^

Figura 22. Formulario. HomeExchange, 2019.

Después nos indica cual es nuestra dirección y una descripción de que tan cerca queda a facilidades, sitios turísticos o accesibilidad de transporte.

¿Cuál es la superficie de tu casa?

Superficie

30 m² ?

Habitaciones - 1 +

cuarto de baño - 1 +

Superficie
Indica la superficie de tu casa. Por favor, revisa que has utilizado el sistema métrico correcto m² ou ft².

Volver Continuar ¿NECESITAS AYUDA? ^

Figura 23. Formulario de registro. HomeExchange, 2019.

Pregunta sobre, la superficie en metros. Generalidades como habitaciones y baños.

¿Cuántos invitados se pueden hospedar en tu casa?

Camas individuales - 0 +

Camas dobles - 0 +

Camas para niños - 0 +

Camas para bebé - 0 +

Cama individual supletoria - 0 +

Cama doble supletoria - 0 +

Cunas para niños - 0 +

Cunas extra para bebés - 0 +

Camas

- El número de camas y camas supletorias determinará el tamaño de tu casa.
- Las camas supletorias son aquellas camas que no son permanentes. Ej: sofá cama.

Volver Continuar ¿NECESITAS AYUDA? ^

Figura 24. Formulario de registro. HomeExchange, 2019.

Entre tanto, genera preguntas importantes como las camas.



Figura 25. Registro de información. HomeExchange, 2019.

Por último, genera unos recuadros donde se debe seleccionar según los beneficios prestados dentro del alojamiento.

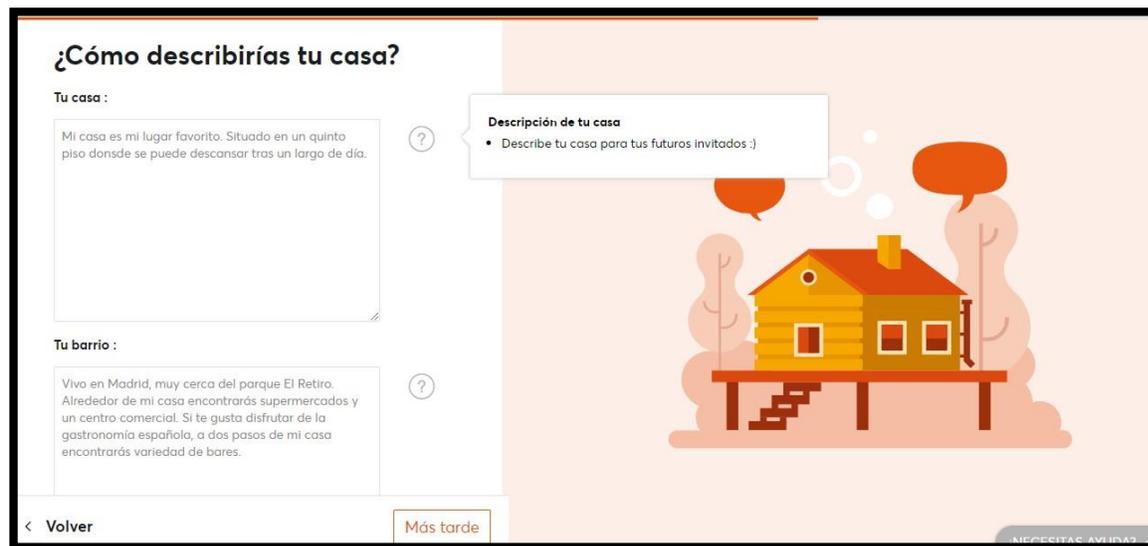


Figura 26. Beneficios prestados. HomeExchange, 2019.

La descripción de la casa, es una breve explicación de lo que es el sitio, su hogar y que se puede encontrar en su entorno.



Figura 27. Descripción de entorno. HomeExchange, 2019.

Muy importante es el calendario, que se puede observar en la Figura 26, donde pregunta y genera un periodo de tiempo donde por lo general este hogar estará disponible para el turismo.



Figura 28. Disponibilidad. HomeExchange, 2019.



Figura 29. Descripción. HomeExchange, 2019.

Como forma esencial para Home Exchange, la promoción del sitio debe ser claro, veraz y atractivo. La multimedia que se disponga al público debe tener esto tres aspectos antes mencionados.

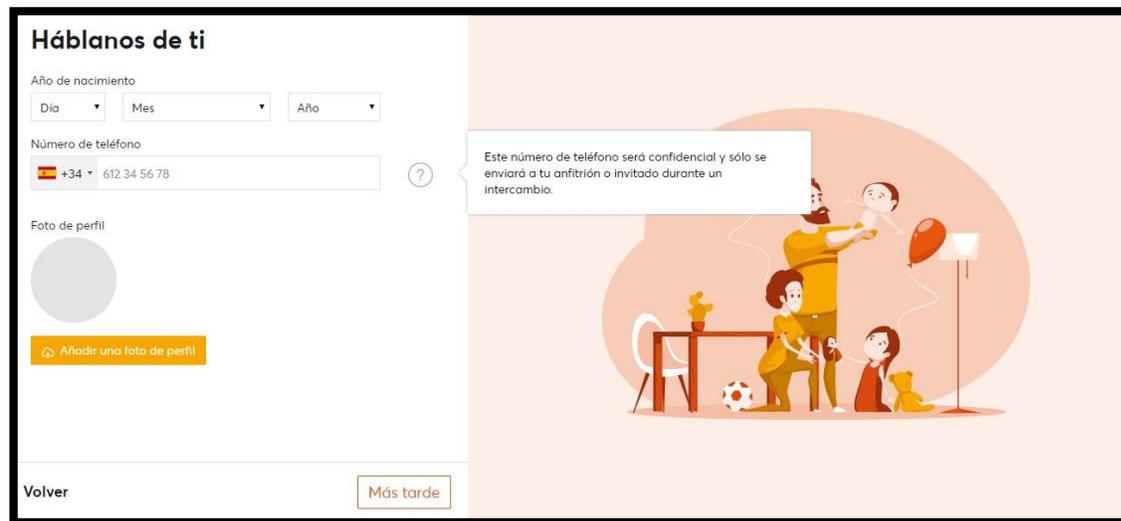


Figura 30. Promoción del sitio. HomeExchange, 2019.

Para la plataforma, no se queda atrás la parte de credibilidad y seguridad al usarla, donde en su registro incluye datos de obligación como son números de teléfono, foto de perfil y hasta fecha de nacimiento.

¡Bienvenidos a casa, en cualquier lugar del mundo!

Con HomeExchange, viajas y ahorras dinero. Suscríbete a nuestro Plan Optimum y ¡haz ya las maletas!

¡Descubre el Plan Optimum por 130 €/año!

- ✓ Número ilimitado de intercambios
- ✓ Verificación gratuita de tu perfil y tu casa
- ✓ Reubicación en caso de cancelación
- ✓ Garantías en caso de daño
- ✓ 500 GuestPoints extra con tu suscripción

[Ver todas las ventajas](#)

Psssst! El segundo año es gratuito si no consigues finalizar un intercambio durante el primer año.

Volver
Ahora no
¡Quiero el Plan Optimum!



Figura 31. Formulario de registro. HomeExchange, 2019.

Finalizar el proceso, es ser bienvenido en la plataforma. Como antes mencionado, su inscripción puede mejorarse a través del plan Optimum, donde sus intercambios pueden ser ilimitados, genera mayor verificación en los huéspedes a alojarse, genera garantía y aumenta sus Guest Points.

h-me exchange
¿A dónde quieres ir?
Llegada → Salida
Invitados ▾
Ayuda ▾
Mensajes
450 GP ▾
Perfil ▾

Búsqueda inversa Más filtros (1) ▾

Exchange preference

Solo intercambio simultáneo Casas disponibles a cambio de GuestPoints

Calidad

Casas verificadas Casas con fotos Tasa de respuesta > 80%

GuestPoints / noche

0 GP 250+ GP

Tipo de alojamiento

Casa Apartamento

Vivienda

Principal Secundaria

Talla

Habitaciones ▾ Cuartos de baños ▾ No camas suplementarias

Comodidades

Piscina Jardín WiFi

Balcón / Terraza TV Coche

Accesibilidad

Acceso minusválidos Niños bienvenidos

Animales bienvenidos Fumadores bienvenidos



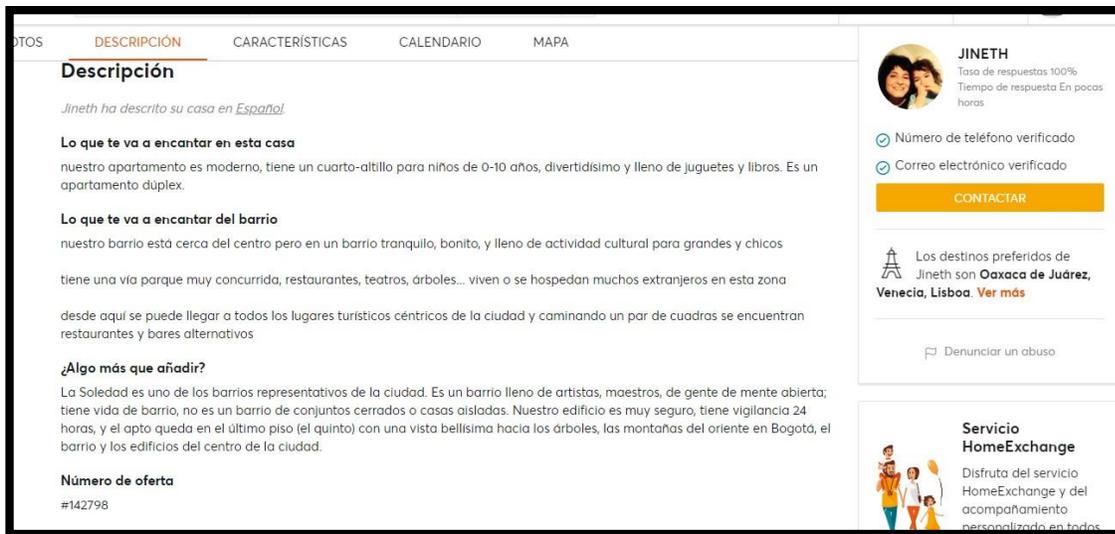
Figura 32. Inscripción. HomeExchange, 2019.

Por último y no menos importante, busca tu nuevo hogar de pasadía. En los diferentes países.

Casas en la candelaria, encontradas en Home

Exchange. Casa No. 1

El encuentro con las casas es muy sencillo, la plataforma lo indica con títulos y subtítulos todo lo que nos interesa saber de ella, donde también en el registro se coloca de igual forma el hogar propio.

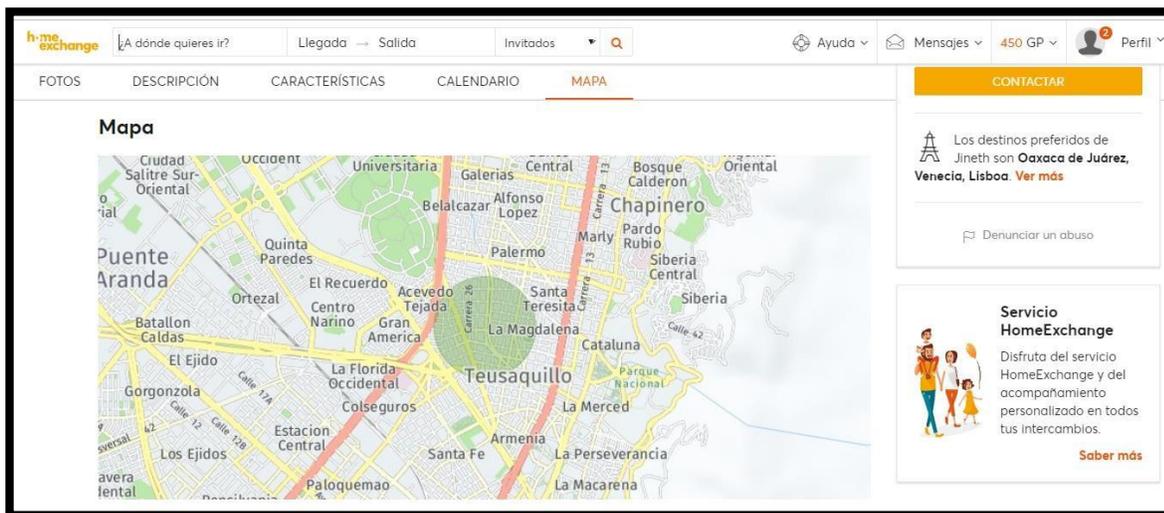


The screenshot shows the 'Descripción' (Description) page for a property. The page is divided into several sections:

- Descripción:** A sub-section where the user 'Jineth' has described the house in Spanish.
- Lo que te va a encantar en esta casa:** A section describing the modern apartment, its location, and amenities like a children's room and toys.
- Lo que te va a encantar del barrio:** A section describing the neighborhood, its proximity to the center, and cultural activities.
- ¿Algo más que añadir?:** A section providing more details about the building's security, location, and surrounding area.
- Número de oferta:** A section with the offer number #142798.

On the right side of the page, there is a profile for 'JINETH' with a 100% response rate and a 'CONTACTAR' button. Below the profile, there are sections for 'Los destinos preferidos de Jineth' (listing Oaxaca de Juárez, Venecia, and Lisboa) and 'Servicio HomeExchange'.

Figura 33. Descripción. HomeExchange, 2019.



The screenshot shows the 'MAPA' (Map) page of the HomeExchange website. The map displays the location of the property in the city of Bogotá, Colombia. The map is centered on the area around the 'Teusaquillo' neighborhood, showing various streets and landmarks. The map is surrounded by a navigation bar with tabs for 'FOTOS', 'DESCRIPCIÓN', 'CARACTERÍSTICAS', 'CALENDARIO', and 'MAPA'. On the right side of the page, there is a 'CONTACTAR' button and sections for 'Los destinos preferidos de Jineth' and 'Servicio HomeExchange'.

Figura 34. Ubicación. HomeExchange, 2019.

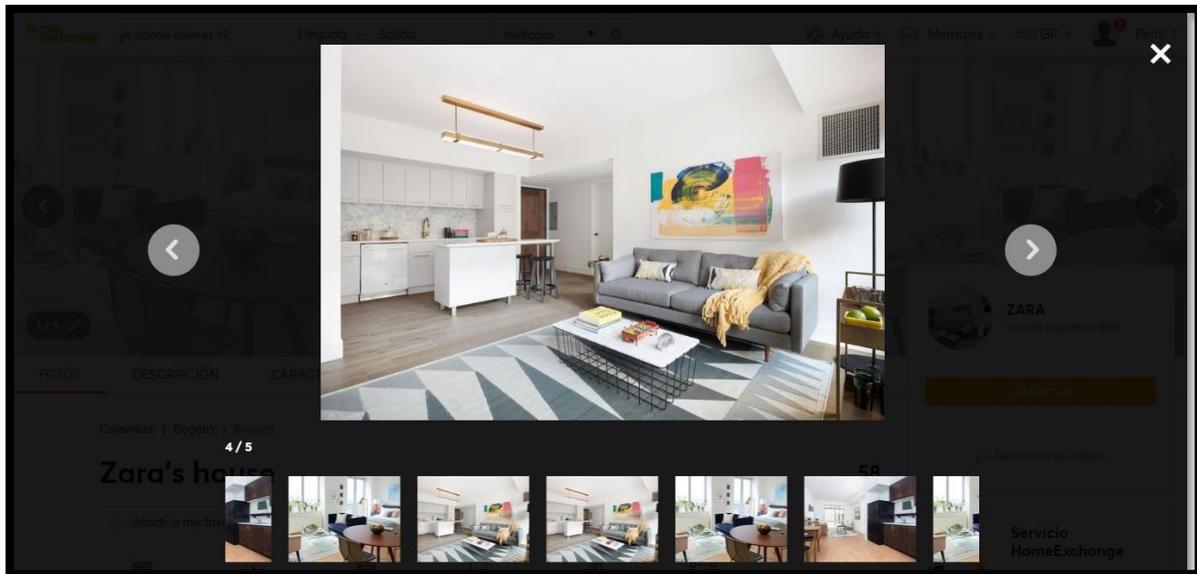


Figura 35. Descripción. HomeExchange, 2019.

Además de su descripción, al igual, fotografías de presentación

Casa No.2

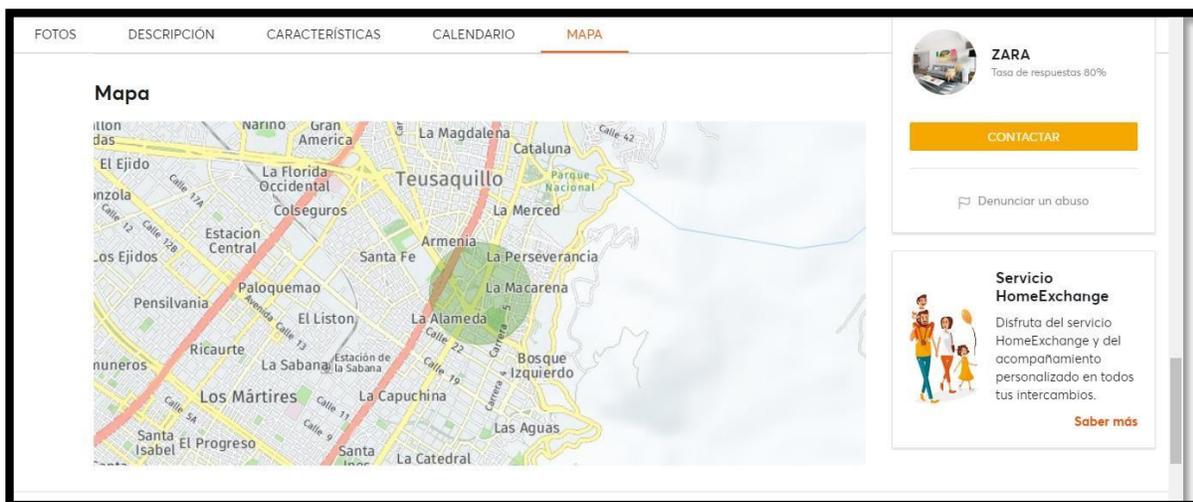


Figura 36. Mapa. HomeExchange, 2019.

Mapas de ubicación en la zona.

Casa No. 3

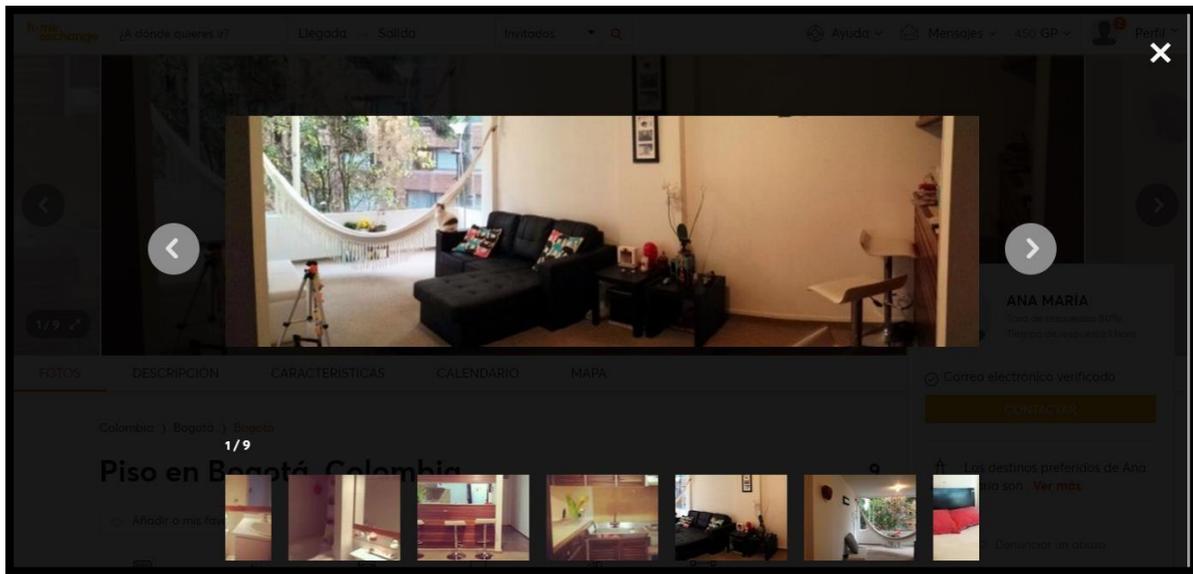


Figura 37. Casa No. 3. Fotografías de muestra. HomeExchange, 2019.

Casa No. 4

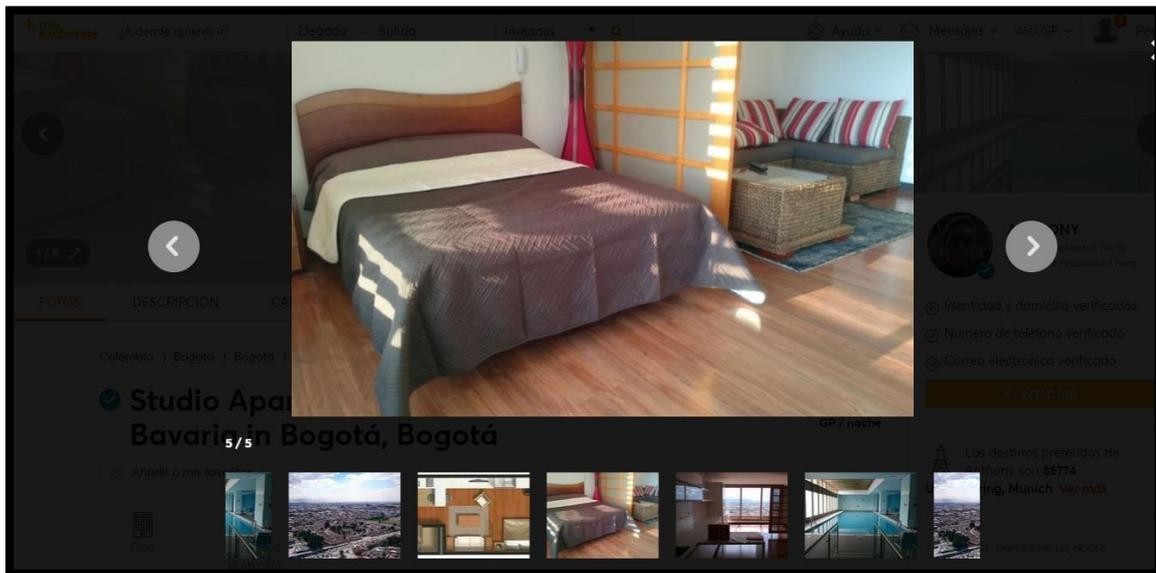


Figura 38. Casa No. 4. Fotografías de muestra. HomeExchange, 2019.

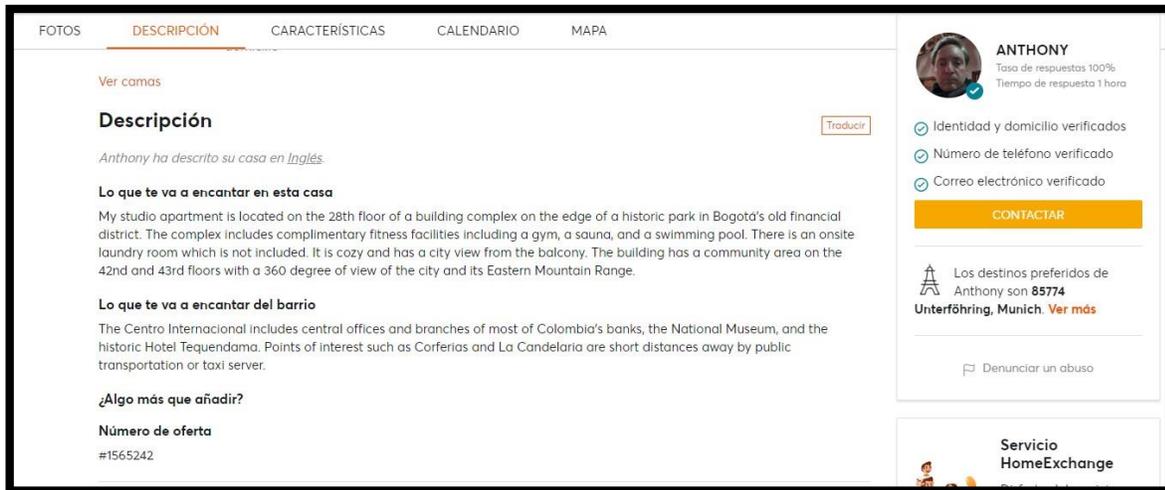


Figura 39. Descripción. HomeExchange, 2019.

Fotografías de muestra.

Encontradas en sitios aledaños al centro historia de la ciudad de Bogotá, Candelaria. Resumiendo, como la descripción de cada una de estas como ubicadas en un sector de mucho atractivo histórico y cultural de la ciudad, además de contar con gran accesibilidad al sitio.

Proceso de uso plataforma Home Exchange

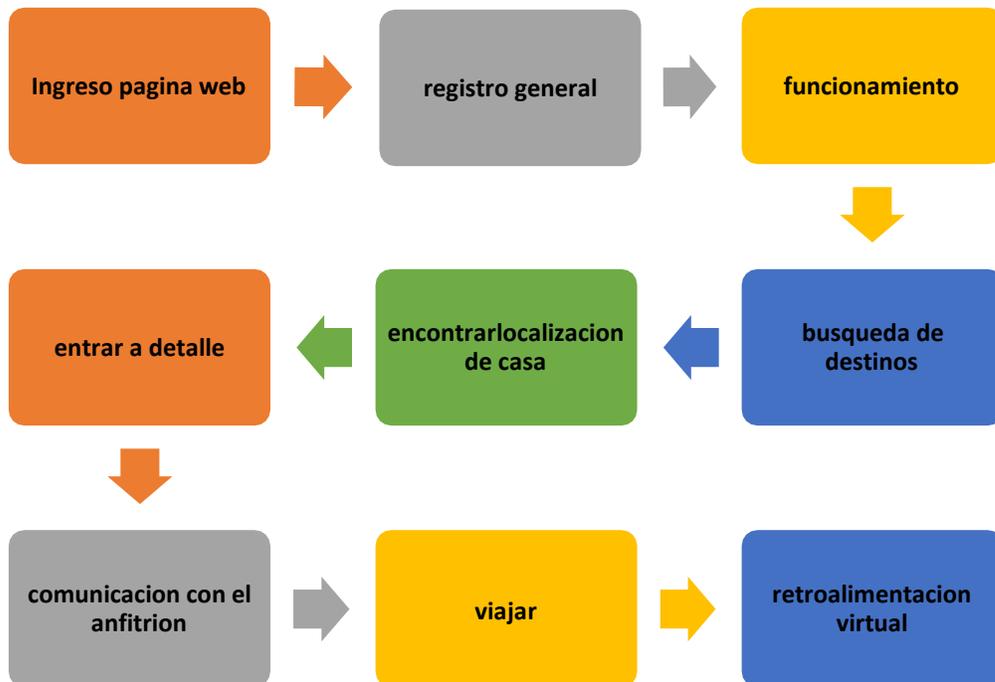


Figura 40. Proceso de uso plataforma Home Exchange. Autoría propia.

Lo anteriormente planteado, es una muestra del funcionamiento general de la plataforma Home Exchange, de cómo puede realizarse diferentes servicios e ítems para tener en cuenta.

Home Exchange es una plataforma muy completa y fácil de manejar, sus ítems dentro de la plataforma son sencillos, claros y muy específicos; lo cual genera claridad dentro de la misma por que entre sus mismos ítems, son explicados y de forma rápida por analizar. Al buscador de Google, poner la palabra clave sobre el nombre de la plataforma nos redirige al inicio de ella, donde a simple vista se relaciona ya directamente en un servicio de alojamiento. Para el acceso más profundo de la misma, se hace un previo registro que permitirá indagar entre ella. Los pasos del registro son la conexión de uno tras otro donde dará paso entre uno y el otro de acuerdo con la información y a las respuestas obligatorias pedidas por el mismo sitio web. Al finalizar este proceso de inscripción es bienvenido el usuario a usar el beneficio de inscribirse, la página web genera implícitamente e incita a que sea usada no solo por curiosidad sino además genera alertas de viviendas a través de la misma o del correo electrónico para que el usuario sea animado a tomarla. Al buscar en lugares donde es de su agrado y de su sueño, ofrece variedad de hospedajes dando opción al consumidor a filtrar entre sus gustos el deseo de hospedarse en un sitio específico y con requerimientos determinados.

En Colombia estas plataformas no son tan visitadas ya que, por las creencias, costumbres y demás. La desconfianza hace parte de la cotidianidad y por tanto los pagos y credibilidad ante esto, lo hace no tan recurrente. Pero como es programada desde su inicio a que ese tipo de falencias puedan mejorar, llenan la página web de experiencias que dan confianza y una parte de creencia entre las personas que la visitan. Al encontrar una casa que se adapte al gusto propio, se empieza con un tema de relacionamiento no solo entre el intermediario y el consumidor final, integran al anfitrión que está dispuesto a la solución de preguntas e inconvenientes que pueden surgir hasta la fecha programada de viaje. Por tanto, como incentivo a este procedimiento es generado por la plataforma algo llamado GuestPoint (puntos para huéspedes). Que tanto al anfitrión como al viajero se recarga de estos puntos que son usados como dinero virtual para que sea usado en un próximo viaje y seguir visualizando al consumidor a seguir usando la plataforma Home Exchange.

Capítulo II Identificar la percepción de los hoteles ubicados de la localidad de la Candelaria respecto a la plataforma Home Exchange

Para hotelería/hotelería informal

El hotelería informal la constituyen aquellas personas naturales o jurídicas, que bajo la modalidad de un contrato de hospedaje arriendan o subarriendan por períodos inferiores a treinta días. Actualmente los hoteleros se ven amenazados por la aparición del hotelería informal. González J. E., (s.f., pág. 1)

El turismo está cambiando, hoy, el turista es más exigente, planifica por sí solo sus vacaciones y hace sus reservas; es lo que los expertos en turismo llaman un “viajero libre e independiente”. González J. E., (s.f., pág. 3). Se estima que para 2020 el número de viajeros internacionales se triplicará. Por tal motivo el turismo puede aportar grandes beneficios, pero también preocupa la falta de una gestión coordinada. González J. E., (s.f., pág. 3)

Hay que destacar que al rededor del 50% de los establecimientos de alojamiento turístico lo constituyen establecimientos no categorizados y hospedajes; estos últimos en su mayor parte presentan un nivel muy bajo de servicios e infraestructura. González J. E., (s.f., pág. 3)

Para Cotelco

“celebra la medida anunciada por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) que pone en marcha la implementación del método de inspección y vigilancia para proteger a quienes hagan uso de los servicios de viviendas turísticas que se ofrecen a través de plataformas web sin cumplir con la normatividad que regula este tipo de alojamientos.” (2019, pág. s.f.)

Según el Decreto 2590, del 9 de julio de 2009, que regula la prestación de los servicios de vivienda y apartamento turísticos, señala que

aquellas personas naturales o jurídicas, que bajo la modalidad de un contrato de hospedaje arriendan o subarriendan por períodos inferiores a treinta días -con o sin servicios complementarios- inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal de su propiedad o de terceros”. Además, el decreto estipula que “las viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanentes, en su condición de inmuebles destinados a la prestación de servicios turísticos, deben estar inscritos ante el Registro Nacional de Turismo”. Díaz, (s.f., pág. 4)

Para el gremio hotelero el hotelería informal es un enemigo fuerte de los hoteles. Según cálculos del gremio la informalidad puede ser la causa de la disminución hasta de un 44% de la ocupación hotelera, pues manifiestan que los hotelerías informales tienen una oferta que se puede equiparar. Díaz, (s.f., pág. 10)

Oferta de la hotelería informal	Oferta hotelera
Apartamentos sencillos	Residencias, hostales y hoteles no categorizados y de 1 y 2 estrellas.
Apartamentos plus	Hoteles de 3 estrellas
Pent-house y casas casa de lujos	Hoteles de 4 y 5 estrellas y hoteles boutique

Figura 41. La oferta del hotelería informal frente a la de hoteles. González, (pág. 11).

De acuerdo con el informe de indicadores hoteleros que emite Cotelco, la ocupación hotelera en Colombia aumentó en 2.4 puntos porcentuales en el mes de agosto de 2019. Con este resultado, al cierre del mes de referencia, el nivel de ocupación llegó a 60.22% y el acumulado enero a agosto alcanza el 55.79%, un punto porcentual más de lo que se había registrado en este mismo periodo de 2018. Cotelco, (2019, pág. s.f.)

Informalidad en el sector turístico

En Colombia el concepto de la informalidad esta pobremente definido, y no hay un claro consenso con respecto a cómo puede identificarse en la práctica. Para algunos, parte de no estar inscritos en el registro mercantil, para otros se refiere a la evasión y elusión de la carga impositiva, y para otros puede enfocarse desde la perspectiva de la informalidad laboral. Citur, (s.f.)

La diversificación turística y además los cambios en la comercialización de servicios, entre otros, genera un gran problema, creando competencia desleal donde no afecta únicamente al empresario turístico, adicional a todo el sector turístico (pérdidas de ingresos fiscales, falsedad en datos estadísticos), y por lo tanto por supuesto el usuario recibe un mal servicio que se derivan de una práctica comercial informal

La informalidad tiene múltiples consecuencias sobre la economía en general, bien sea afectando la oferta y la calidad del empleo, las dificultades de acceso al crédito, la baja en la productividad de las empresas. Citur, (s.f.)

desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se está liderando la implementación de la Ventanilla Única de Afiliación, la cual en su primera fase incluye trámites empresariales y contempla para una segunda fase incluir los procesos de afiliación a seguridad social. Sin embargo, es imprescindible lograr la interoperabilidad de las plataformas que harán parte de este esquema. Consejo privado de Competitividad, (2017, pág. 44). Lo que logra con esto, es generar que las empresas que trabajan de manera informal e ilegal, se vinculen a empresas

constituidas y legales en Colombia. Con el fin de que haya mayor transparencia para sus usuarios y generen mejor imagen de su actividad. Adicional a eso para las empresas que llevan su documentación al día tengan una competencia más equitativa y veraz. Lo que genera el estado de Colombia precisamente genera menos tramitología en este ámbito, incentivando de igual forma a las personas naturales a legalizar sus proyectos de vida.

Una estrategia de formalización empresarial tiene que contemplar mecanismos para que las empresas que ya han logrado un grado de formalidad alto puedan llegar a ser totalmente formales y se mantengan como tales. Una vez que las empresas han cumplido las fases I y II de fortalecimiento descritas anteriormente, con el apoyo de las cámaras de comercio y otras entidades del Estado, la política de desarrollo empresarial debe enfocarse en cómo aumentar su productividad. Consejo privado de Competitividad, (2017, pág. 69)

Para el Consejo privado de Competitividad, representa que más allá de la informalidad, sobre el turismo se genere una productividad a medida del crecimiento de la empresa, para su supervivencia en el mercado. Por tanto, diseñan estrategias para aumentar la formalidad empresarial, de lo cual van de la mano con el seguimiento, capacitación evaluación del proyecto y su potencialidad a nivel general para su crecimiento. (2017, pág. 73;74)

Matriz de sistematización de las entrevistas

Tabla 2

Matriz de sistematización

PREGUNTA	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 3	ANÁLISIS
¿Qué opinión le merece las diversas modalidades de intercambio turístico en las que se presta el servicio de alojamiento a los viajeros?	El plus del hotel es la ubicación como tal tiene una historia, está hecho desde 1921 y está ubicado en una zona estratégica, como es la Candelaria además de caracterizamos por tener un muy buen servicio al cliente estar siempre dispuestos a sus necesidades y así se llevan una muy buena impresión.	El servicio que se le presta de forma adecuada, se entrega toda la información con relación a lo que es la Candelaria y su centro histórico. Adicional se trata de mejorar en la parte de la seguridad.	La importancia de expandir el turismo y la oferta que pueden ofrecer diversos. Lugares y sitios y dar a conocer, que hay en cada zona de La Candelaria, lo que es Monserrate los museos que mucho tenemos como hacer fuerte con nosotros aquí en el centro el centro de Bogotá.	En general las modalidades de intercambio de alojamiento lo denominan a través del servicio que se le presta al turismo, dando a conocer su mayor potencial que es la zona de la Candelaria y la explotación de los sitios turísticos que se ofrecen para generar mayor atracción al extranjero.
¿Cómo se ven afectados los hoteles legales del	El afecto es grande. Sin embargo, nuestro hotel ha	La afectación es de forma negativa Porque cualquier	El hotelería legal se puede ver afectada. en los	La afectación que se da es de forma más negativa

<p>centro histórico de la Candelaria con las plataformas digitales de intercambio de alojamiento?</p>	<p>sabido aprovechar esto a favor, contando con habitaciones de tipo aparta estudio, de esta manera en que las plataformas no las vemos como un obstáculo, sino que también sabemos aprovecharlas, pero claramente si hay una afectación ya que es un servicio mucho más económico.</p>	<p>extranjero puede llegar al país a hospedarse en un hotel que cuente con los servicios que tengan un espacio de cocina. El tema de seguridad de sanidad, la calidad del servicio no es el mismo.</p>	<p>huéspedes también se pueden ver afectados. En cuanto al tema de seguridad puesto que estas plataformas no tienen un registro. Ante la Entidad Nacional de Turismo, de Hotelería y Turismo Garantía de los servicios turísticos que están adquiriendo recursos no se están como distribuyendo equitativamente.</p>	<p>a nivel de hotelería, ya que la seguridad de una plataforma no es igual al hotelería formal, esto puede generar mala imagen al extranjero y podría afectar hasta en no volver al país.</p>
<p>¿El sector hotelero de la candelaria tiene algún plan de contingencia frente al</p>	<p>Bueno el plan de contingencia fue realmente adecuar las habitaciones para poder</p>	<p>El plan de contingencia se podría hacer manteniendo el estatus de cada hotel, manteniendo las estrellas</p>	<p>En la actualidad no conozco a ciencia a ciencia cierta si en el sector de la Candelaria</p>	<p>A nivel general, se relaciona el plan de contingencia como el buen servicio a los</p>

<p>posicionamiento y proliferación de plataformas de intercambio como Home Exchange?</p>	<p>recibir a este tipo de clientes y poder brindarle el servicio que ellos necesitaban que en este caso es brindarles también la facilidad de poder cocinar en las habitaciones</p>	<p>como tal en cuanto al servicio se refiere, la calidad que se le presta a los huéspedes</p>	<p>haya un plan de contingencia supongo que sí debería. Haberlo, pues para mitigar todos los impactos que puede generar.</p>	<p>huéspedes que se hospedan en el hotelería formal, para que ellos hagan buena promoción del servicio en el hotelería de la candelaria.</p>
<p>¿Qué incidencia tiene la para hotelería respecto al crecimiento y competitividad del sector hotelero legal del país?</p>	<p>Reducir realmente las ventas, también tenemos una falta de información y estamos, digamos en ese caso un poco en desventaja a plataformas que se manejan de manera solo virtual.</p>	<p>La incidencia se vería reflejada negativamente con respecto a la ocupación de los hoteles. El tema de pues de costos, de tarifas</p>	<p>Pues lógicamente son las incidencias negativas. Esto se refleja entonces en las ventas negativas en el hotelería legal, la seguridad hotelera o brindarle una asesoría confiable.</p>	<p>Incidencias negativas, respecto al tema económico, la ocupación y la calidez percibida por los turistas.</p>
<p>¿Considera que el sector hotelero debe resistir y perseguir o por el</p>	<p>aceptar los cambios y adaptarse ya que estamos en constante cambio y el</p>	<p>No deberíamos resistirnos al cambio del hotelería sino por el contrario tratamos de</p>	<p>Pienso que el hotelería legal no debería perseguir, al contrario,</p>	<p>Hay que aceptar los cambios y adaptarse. El pensamiento es ver el</p>

<p>contrario aceptar los cambios y adaptarse?</p>	<p>tema con el internet nos da la opción de ofrecer de forma más efectiva los servicios.</p>	<p>innovar para mantener un buen servicio siempre. para tener mayor competitividad.</p>	<p>debería asociarse y apoyar los nuevos proyectos que están surgiendo para que se asocien y sean establecimientos legales.</p>	<p>provecho que se da a través de estas plataformas para innovar y generar mayor impacto al turista.</p>
<p>¿Se deberían regular estas plataformas y que compitan en igualdad de condiciones con el resto del sector?</p>	<p>Sí pienso que sería algo justo y también de brindarles a los turistas mayor seguridad</p>	<p>Yo pienso que sí se podrían regular estas plataformas pues para tener como dice la pregunta igualdad de condiciones con el resto del sector</p>	<p>Sí sería regular. Para tener un mercado competitivo más justo y equitativo.</p>	<p>Si, la regulación es una forma viable de que juntas partes puedan surgir y trabajar más equitativamente.</p>
<p>¿Qué decirles a los viajeros para que se hospeden en hoteles legales y que se aparten de las plataformas ilegales?</p>	<p>Bueno justo eso pues la seguridad que se les brinda en cuanto a pagos y servicios en cuanto a responsabilidad ya que en los hoteles son empresas legalmente</p>	<p>Resaltar el buen servicio que prestamos nosotros las condiciones, la calidad, el servicio de cada uno de los empleados del hotel que le brinda al huésped.</p>	<p>Se les debe hacer la recomendación. Que. Al reservar hoteles ya tiene todas las garantías de seguridad.</p>	<p>La recomendación principal, es hacer caer en cuenta al cliente que en el hotelería formal encuentra seguridad en los servicios adquiridos.</p>

<p>¿Qué propuesta se plantearía para generar mayor flujo de huéspedes en los hoteles ubicados en la localidad de la Candelaria?</p>	<p>Implementar mecanismos para que los huéspedes tuvieran desde los registros a toda la parte de la documentación, acceso y facilidad para hacerlo online de manera que fuera un Check in</p>	<p>Yo pienso que se podría manejar de forma en que los hoteles podrían encadenarse con los canales. Que actualmente existen que son como Booking Expedia Despegar para que le brinden una publicidad para que así mismo puedan venir a la zona de La Candelaria</p>	<p>Se debería generar un poco más de promoción. En cuanto a los lugares que tenemos cerca de la Candelaria como por ejemplo lo que es el Chorro de Quevedo implementar un poco más de publicidad a estos sitios que de pronto los huéspedes o los viajeros que vienen a la ciudad tienen un conocimiento muy leve.</p>	<p>La propuesta sería, mayor promoción y publicidad, a través de medios se puede generar mayor interés al turista a hospedarse y conocer la zona.</p>
---	---	---	--	---

Nota: Autoría propia.

Análisis global de la entrevista

Para el análisis sobre las personas encuestadas, se generan puntos de vistas específicos en donde se denota el impacto que genera estos tipos de páginas web, que dan prestaciones de alojamiento de forma ilegal como lo es Home Exchange. En general las modalidades de intercambio de alojamiento lo denominan a través del servicio que se le presta al turismo, la afectación que se da es de forma más negativa a nivel de hotelería, ya que la seguridad de una plataforma no es igual al hotelería formal, es importante dar a conocer su mayor potencial que es la zona de la Candelaria y la explotación de los sitios turísticos que se ofrecen para generar mayor atracción al extranjero. esto puede generar mala imagen al turista y podría afectar hasta en no retornar al país. A nivel global, se generaliza en el servicio a los huéspedes que se hospedan en el hotelería formal, para que ellos hagan buena promoción del servicio en la hotelería de la candelaria, donde las incidencias negativas, respecto al tema económico, la ocupación y la calidez percibida por los turistas, por tanto, hay que aceptar los cambios y adaptarse y dar al provecho que se da a través de estas plataformas para innovar y generar mayor impacto al turista. La regulación es una forma viable de que juntas partes puedan surgir y trabajar más equitativamente, iniciando por los comentarios hacia el cliente que en el hotelería formal encuentra seguridad y calidad en los servicios adquiridos. La propuesta sería, mayor promoción y publicidad, a través de medios se puede generar mayor interés al turista a hospedarse y conocer la zona.

Capítulo III Realizar un plan de acción que permita a los hoteles de la Candelaria minimizar los efectos de la plataforma Home Exchange

Qué es un plan de acción

Para el Ministerio de Cultura, Es un instrumento de planificación que nos ayuda a trazar la ruta que debe seguir el espacio de participación departamental en articulación con la Secretaria Técnica Departamental para alcanzar sus objetivos. Nos permite decidir con anticipación las actividades que se deberán realizar, cómo se realizarán, en qué periodo de tiempo se harán, quiénes serán los responsables de su cumplimiento y la forma en la que se evaluarán los resultados. Es el punto en el cual nos encontramos y a dónde queremos ir. (pág. 1)

El propósito final del Plan de Acción es trabajar en forma coordinada, las actuaciones que corresponden a cada uno de los miembros para avanzar y lograr los objetivos que se plantean en el marco de una eficiente gestión para el sector. Ministerio de Cultura, (pág. 1)

Para el turismo y la hotelería es importante dar como instrumento la promoción y el fomento del mismo, Los grupos de interés son potencial para la empresa para alcanzar sus objetivos, y dar a conocer sus intereses y opiniones es vital para realizar estrategias en una empresa. Para eso tener en cuenta que:

- La capacidad de gasto de los clientes.
- Los medios de comunicación.
- Imagen de la empresa positiva o negativamente de forma fácil y no intencionada.
- Las Administraciones Públicas; mediante la creación o modificación de normas.
- En materia turística o que puedan afectar directa o indirectamente a la empresa.

Merino, (2013, pág. 19)

“Los recursos y capacidades permiten determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización” Merino, (2013, pág. 20). Para el desarrollo de estas capacidades hay que distinguir y conseguir ventajas competitivas sobre los demás.

Las organizaciones son diferentes entre sí en función de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado y por las diferentes características de la misma. Además, dichos recursos y capacidades no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones. Todo ello explica las diferencias de rentabilidad entre las empresas, incluso entre las pertenecientes a la misma industria.” Merino, (2013, pág.20).

La adecuada combinación de los recursos y capacidades del hotelería en la zona de la Candelaria

ofrecerá una ventaja competitiva en lo relacionado con la calidad de los servicios y la innovación en todos sus procesos, donde será provechoso al entorno cambiante en el que nos encontramos, para mantener dicha ventaja competitiva.



Figura 43. Fuentes de la ventaja competitiva, (2013, pág. 20)

Los recursos de cualquier empresa se pueden clasificar en:

- **Los recursos tangibles** se forman por el capital físico y el capital financiero. Son los más fáciles de identificar y evaluar. En nuestro caso, el capital físico se conforma por las características del establecimiento (tamaño, localización, construcciones y complementos utilizados para satisfacer las necesidades de sus clientes), mientras que el capital financiero está conformado por las capacidades económicas de la empresa (fuentes de financiación, tesorería, inversiones realizadas y capacidad de endeudamiento). Merino, (2013, pág. 20)
- **Los recursos intangibles** están basados fundamentalmente en la tecnología, imagen de marca o posicionamiento y cultura. Los activos intangibles permanecen en su mayor parte invisibles en los estados financieros. En sectores donde la calidad de los productos o servicios no se puede percibir fácilmente por los clientes, como puede ser el caso del sector turístico, la reputación es un recurso de importancia crucial. La propiedad tecnológica, en la que los derechos de propiedad están claramente definidos, comprende patentes, derechos de autor y secretos comerciales; sin embargo, si tenemos en cuenta los conocimientos aplicados (know-how), la distinción entre los que son propiedad de la empresa y propiedad del empleado se vuelve difusa. Habrá que dar importancia a la Calidad Innovación Ventaja Competitiva. Merino, (2013, pág. 20)

Matriz de vester Causas y efectos

La matriz de Vester es una serie de filas y columnas que muestran tanto horizontal (filas) como verticalmente (columnas) las posibles causas (variables) de una situación problemática. Lo que hacemos básicamente es enfrentar los problemas (variables) entre sí basándonos en los siguientes criterios de calificación: 0, 1, 2 y 3. Betancourt, (2019)

0: No lo causa

1: Lo causa indirectamente o tiene una relación de causalidad muy débil
 2: Lo causa de forma semidirecta o tiene una relación de causalidad media
 3: Lo causa directamente o tiene una relación de causalidad fuerte

¿Cómo hacer la matriz de Vester?

Determina las variables o problemas: A veces serán evidentes, otras tendrás que recolectar datos que te permitan determinar cuáles son los posibles problemas.

Los pasos a seguir son:

1. Redacta el problema: A veces la forma en que escribimos solo es comprendida por nosotros y nadie más. Busca que los problemas queden redactados de tal forma que cualquier persona que los lea, entienda que esto es un problema. Piensa en el impacto que esto ocasiona y no en el que está ocurriendo. Por ejemplo:
 - Incorrecto: Faltan más máquinas que funcionen. Correcto: Deficiente mantenimiento a la maquinaria.
 - Incorrecto: Falta más personal de servicio al cliente. Correcto: Tiempo de espera muy largo para dar servicio al cliente.
2. Asigna un identificador al problema: Un id. Algo que te permita identificarlo fácilmente. Problema 1, problema 2, etc., o p1, p2, p3. Al final del post encontrarás un formato en Excel de Matriz de Vester y verás por qué es importante esto.
3. Ubica los problemas en la matriz: Tanto en la cabecera de filas como de columnas. Si el enunciado del problema es muy largo, coloca su código. Luego llena con 0 la diagonal principal, es decir, la coordenada donde cada variable vertical concuerda con su homólogo horizontal (1,1), (2,2), (3,3), etc.
4. Califica las valoraciones: Asigna las ponderaciones comenzando con el problema #1 de la fila versus el problema #2 de las columnas. Las preguntas que te puedes hacer son:
5. Suma influencias y dependencias: Ya tienes la matriz diligenciada. Ok. Ahora se suman las filas y columnas. Lo que obtendrás de la suma de cada fila se conoce como la influencia/causa. Es el nivel de influencia que tiene ese problema sobre otros. También se conoce como motricidad. La suma de cada columna te da el nivel de dependencia/efecto. Es el nivel en que un problema es causado por otros.
6. Gráfica los problemas: En el eje x se ubican los problemas activos, es decir aquellos con valores

de la influencia/causa. En el eje y se colocan los problemas pasivos (dependencia/efecto). Si el problema #8 tiene influencia 7 y dependencia 3, pues su ubicación en el plano cartesiano será (7,3).

7. Clasifica los problemas: Toma el mayor valor total de la suma que hiciste por filas y divídelo por dos. Haz exactamente lo mismo con el valor total de la suma con columnas. Con los resultados, traza los ejes paralelos al eje x para los pasivos (suma por filas) y al eje y para los activos (suma por columnas). Betancourt, (2019)

Por tanto, se realiza una matriz de vester para identificar que tan importante y afectación tiene en el sector hotelero diferentes problemas e inconvenientes que se obtiene del hotelería ilegal.

Matriz de Vester- Causas

MATRIZ DE VESTER- CAUSAS						
CODIGO	VARIABLE	P1	P2	P3	P4	INFLUENCIA
P1	Vacíos legales respecto a la regulación de alojamientos alternativos.	0	0	0	0	0
P2	Cambios en las tendencias asociadas al uso de plataformas electrónicas para el alojamiento en población joven.	0	0	0	0	0
P3	Uso inadecuado de apartamentos y casas para su comercialización hotelera.	0	0	0	0	0
P4	Altos costos de la tarifa de alojamiento de la hotelería formal en el área de estudio.	0	0	0	0	0
DEPENDENCIA		0	0	0	0	0

Figura 41. Matriz de vester- causas. Autoría propia. 2019.

MATRIZ DE VESTER- CAUSAS						
CODIGO	VARIABLE	P1	P2	P3	P4	INFLUENCIA
P1	Vacíos legales respecto a la regulación de alojamientos alternativos.	0	3	1	1	5
P2	Cambios en las tendencias asociadas al uso de plataformas electrónicas para el alojamiento en población joven.	0	0	0	2	2
P3	Uso inadecuado de apartamentos y casas para su comercialización hotelera.	2	3	0	2	7
P4	Altos costos de la tarifa de alojamiento de la hotelería formal en el área de estudio.	3	1	2	0	6
DEPENDENCIA		5	7	3	5	20

Figura 42. matriz de vester- causas. Autoría propia. 2019.

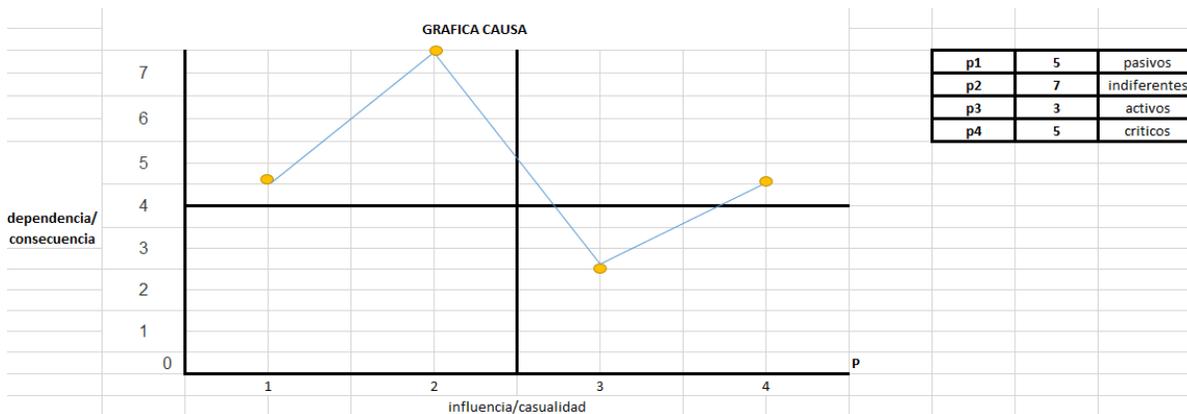


Figura 43. Gráfica de causas. Autoría propia.

Problemas pasivos: Vacíos legales respecto a la regulación de alojamientos alternativos.

Problemas críticos: Altos costos de la tarifa de alojamiento del hotelería formal en el área de estudio.

Problemas activos: Uso inadecuado de apartamentos y casas para su comercialización hotelera.

Problemas indiferentes: Cambios en las tendencias asociadas al uso de plataformas electrónicas para el alojamiento en población joven.

MATRIZ DE VESTER- EFECTOS						
CODIGO	VARIABLE	P1	P2	P3	P4	INFLUENCIA
P1	Disminución del porcentaje de ocupación regular en los hoteles de la Candelaria.	0	0	0	0	0
P2	Incremento de la Parahotelaría en zonas de interés turístico como la Candelaria.	0	0	0	0	0
P3	Riesgos en la seguridad de los huéspedes que se hospedan en este tipo de alojamientos.	0	0	0	0	0
P4	Proliferación de plataformas digitales que ofertan alojamiento.	0	0	0	0	0
DEPENDENCIA		0	0	0	0	0

Figura 44. Matriz de Vester- efectos. Autoría propia.

MATRIZ DE VESTER- EFECTOS						
CODIGO	VARIABLE	P1	P2	P3	P4	INFLUENCIA
P1	Disminución del porcentaje de ocupación regular en los hoteles de la Candelaria.	0	3	3	2	8
P2	Incremento de la Parahotelaría en zonas de interés turístico como la Candelaria.	2	0	3	2	7
P3	Riesgos en la seguridad de los huéspedes que se hospedan en este tipo de alojamientos.	2	2	0	1	5
P4	Proliferación de plataformas digitales que ofertan alojamiento.	3	1	2	0	6
DEPENDENCIA		7	6	8	5	26

Figura 45. Matriz de Vester- efectos. Autoría propia.

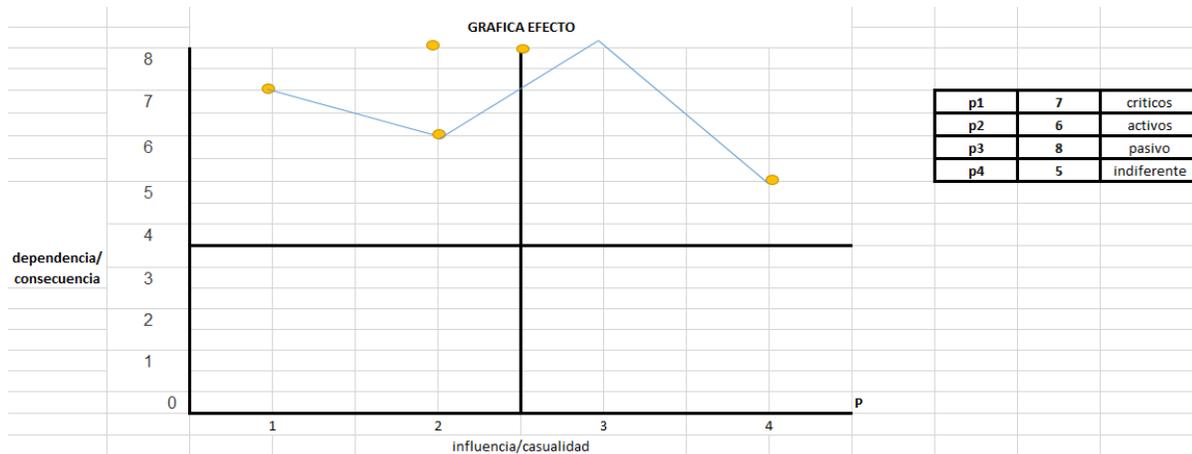


Figura 46. Grafica- efectos. Autoría propia.

Problemas pasivos: Proliferación de plataformas digitales que ofertan alojamiento.

Problemas críticos: Disminución del porcentaje de ocupación regular en los hoteles de la Candelaria.

Problemas activos: Incremento de la Parahotelaría en zonas de interés turístico como la Candelaria.

Problemas indiferentes: Riesgos en la seguridad de los huéspedes que se hospedan en este tipo de alojamientos.

Árbol de problemas

El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa (problema central), la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto. Para ello, se debe formular el problema central de modo tal que permita diferentes alternativas de solución, en lugar de una solución única. Betancourt, (2019)

Cómo se elabora el árbol de problemas

- A.** Se define el problema central (TRONCO).
- B.** Las causas esenciales y directas del problema se ubican debajo del problema definido (RAÍCES). Las causas son las condiciones que determinan o influyen en la aparición del problema. Es importante verificar la relación directa que existe entre ellas y el problema.
- C.** Los efectos o manifestaciones se ubican sobre el problema central (COPA O FRUTOS). Se refieren a las consecuencias e impacto producidas por el problema.
- D.** Se examinan las relaciones de causa y efecto, y se verifica la lógica y la integridad del esquema completo. Betancourt, (2019)

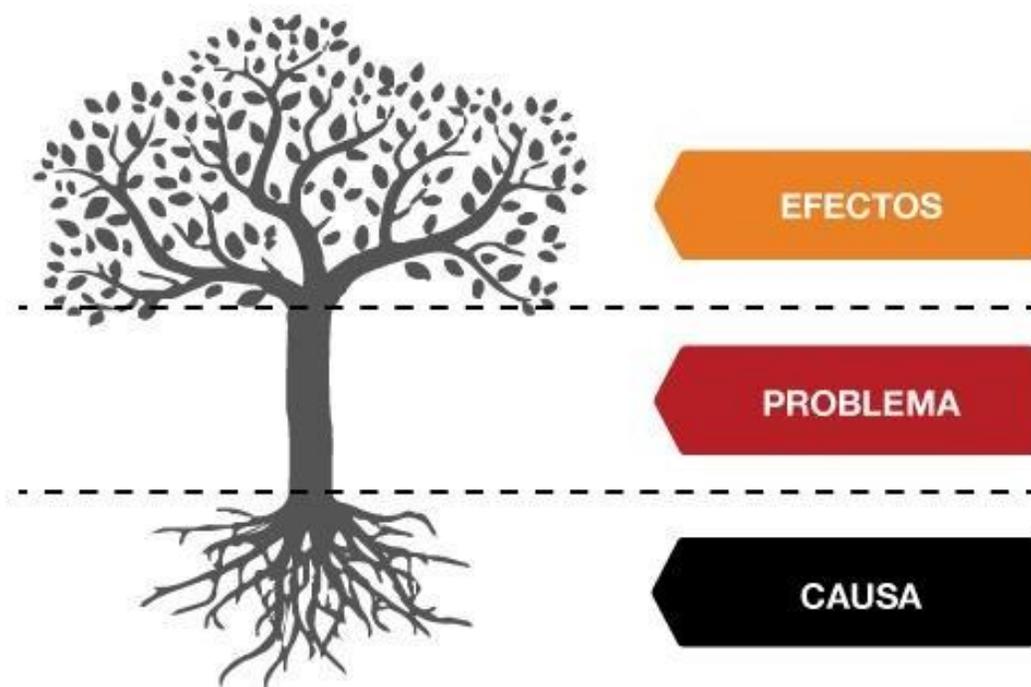


Figura 47. Relación causa – efecto. Betancourt, (2019)

Efectos

- Disminución del porcentaje de ocupación regular en los hoteles de la Candelaria.
- Incremento de la Parahotelaría en zonas de interés turístico como la Candelaria.
- Riesgos en la seguridad de los huéspedes que se hospedan en este tipo de alojamientos.
- Proliferación de plataformas digitales que ofertan alojamiento.

Problema

- Impactos causados por la plataforma Home Exchange en la industria hotelera legal de la localidad de la Candelaria.

Causas

- Vacíos legales respecto a la regulación de alojamientos alternativos.
- Cambios en las tendencias asociadas al uso de plataformas electrónicas para el alojamiento en población joven.
- Uso inadecuado de apartamentos y casas para su comercialización hotelera.
- Altos costos de la tarifa de alojamiento del hotelaría formal en el área de estudio.

Tabla 3.

FODA para hotelería en la Candelaria

FODA	internos	
	<p>fortalezas:</p> <p>Por ser de un hotel establecido y legalmente constituido cuenta con un tema de credibilidad, confianza hacia el cliente, en donde se puede apreciar puntos a favor significativos como lo es la calidad, seguridad y respaldo de parte de los entes que regulan a todos los prestadores de servicios.</p>	<p>debilidades:</p> <p>La parte tecnológica influye y esclaviza al personal y clientes a una metodología lenta y cuadrículada para el cliente en procesos como: pagos, Check in, reservas, precios e información, donde se considera como una falta de servicios</p>

			innovadores para el huésped.
externos	<p>oportunidades:</p> <p>El prestar el servicio de alojamiento genera buenas expectativas de acuerdo al mercado nuevo que se refleja, por tanto, la captación de esos mercados a través de líneas tecnológicas, nuevos servicios que sean simples pero nuevos como el tema de</p>	<p>Estrategia 1: Generar mayor aprovechamiento tecnológico para la promoción del hotel y su zona localizada.</p>	<p>Estrategia 2: Implementar programa de mayor agilidad en el proceso de entrada y salida de huéspedes, para su facilidad de tramitología.</p>

	<p>implementos de cocina en la habitación, y la gran oportunidad de la zona en la que brinda sitios turísticos importantes de la capital del país.</p>		
	<p>amenazas:</p> <p>las problemáticas externas como el tema de transporte en la ciudad son compleja, la movilidad y el acceso a la zona la hace un poco incómoda para los huéspedes. Adicional la zona de la candelaria es un punto de convergencia, es que permite el acceso a la inseguridad, por tanto, se</p>	<p>Estrategia 3: Abordar temas de inseguridad en el sector y del hotel.</p> <p>Estrategia 4: Ayudar a la accesibilidad del huésped hacia el prestador de alojamiento</p>	<p>Estrategia 5: Integrar Pluri-servicios para huéspedes, que sean necesarios y útiles para su estadía.</p> <p>Estrategia 6: Generar Información precisa respecto a servicios y valores</p>

	<p>recibe como mal imagen y un punto negativo hacia el turismo. El comportamiento, vestimenta, costumbres, gastronomía entre otros, que se presentan en esta zona del país, debe ser importante para un turista no residente allí la información clara sobre estos ítems de lo contrario se presentaría de forma negativa hacia la experiencia del turista.</p>		<p>que se prestan dentro del prestador de servicio.</p>
--	---	--	--

Nota: autoría propia.

Plan de acción

Tabla 4.

Estrategia 1.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Mayor agilidad en el proceso de entrada y salida de huéspedes	Revisar las estructuras ya utilizadas para el proceso	Aplicar nuevas estructuras y programas de gestión de entrada y salida.	Controlar y supervisar que cumplan con las expectativas enfocadas en la estrategia	Implementar un proceso de entrada y salida del huésped más eficiente.	Realizar chequeos constantes sobre la agilidad y eficacia del programa	Generar mayor flujo de huéspedes	Número de empresas que cuentan	Costo por programa instalado de 1.500.000 anual	Gerencia; administrador de recepción y reservas del hotel
					Supervisar el cumplimiento de la plataforma y sus trabajadores al usarla.	Ser más competitivo en el mercado donde no usan procesos más eficientes.	con los programas avanzados para el Check in-out		

Nota: Autoría propia.

Tabla 5.

Estrategia 3.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
aprovechamiento tecnológico para promoción del hotel	Capacitación del personal de marketing digital para la promoción y publicidad del hotel	Diseño y creación de una página web interactiva del hotel.	Promoción a través de redes sociales.	Implementar la promoción a través de medios de comunicación masivos	Capacitar al personal correspondiente de suministrar información y promoción del establecimiento.	Se realizarán estas actividades en un tiempo máximo de un mes, donde generará mayor afluencia de reservas e interés de los	Número de establecimientos con promoción hotelera por medio de páginas web y redes sociales.	Refrigerio para capacitaciones: \$190.000.	Propietario /cotelco
						Publicidad de establecimientos en la página web y redes sociales del hotel es: \$ 250.000			

						futuros clientes.			
--	--	--	--	--	--	----------------------	--	--	--

Tabla 3, estrategia 2. autoría propia.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Pluri-servicios para huéspedes.	Adecuación de espacios donde se implemente servicios especiales.	Estudio de recursos financieros necesarios para la construcción de los servicios	Estudio sobre servicios demandados por el mercado	Aumentar y generar pluri-servicios para huéspedes.	Estudio de lugares adecuados para la construcción de servicios.	Las actividades serán realizadas a término máximo de año y medio para su cumplimiento.	Número de áreas acondicionadas para servicios en los hoteles	Presupuesto para la adecuación de área de hospedaje: \$8.000.000.	Propietario/gerencia.
					Realizar un presupuesto de los recursos necesarios para la				

				construcción.				
				Incentivar al mercado para el uso de esos servicios				

Nota: Autoría propia.

Tabla 6.

Estrategia 4.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Inseguridad en el sector	Integrar a la comunidad para mejorar la seguridad en el sector	Estudio de recursos financieros y presupuesto para mano de obra especializada en seguridad.	Participación de la alcaldía local, para mejorar la seguridad.	Implementar mano de obra que ayude a la mejora de la seguridad en el sector.	Mantener información permanente con la comunidad	Se realizarán estas actividades en un tiempo máximo de seis meses.	Zonas de hotelería donde hay mayor seguridad	Capacitación de personal para la seguridad en el sector y hotel: nomina 1.200.000	Propietario/ financiero del hotel
					Capacitar a personal de seguridad.				
					Establecer un acuerdo con la alcaldía para el fortalecimiento de la seguridad				

Nota: Autoría propia.

Tabla 7.

Estrategia 5.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Accesibilidad hacia el prestador	Revisión de lugares y normatividad para el acceso al hotel	Estudio de recursos financieros y presupuesto para la implementación de transporte especializado.	Capacitación para personal capacitado en recomendaciones para el huésped sobre la accesibilidad.	Adecuar los recursos de transporte para la facilidad al acceso.	Realizar alianzas de transporte especializado para la llegada del huésped.	Estas actividades deben ser cumplidas a término de 2 meses máximo.	Número de hoteles que tienen un servicio de transporte único y especial al turista.	Para la capacitación sobre el servicio al cliente y las recomendaciones ofrecidas al huésped: GRATIS	SENA/Recursos humanos/ Gerencia

Nota: Autoría propia.

Tabla 8.

Estrategia 6.

Estrategia	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Objetivo	Actividades	Meta	Indicador	Presupuesto	Responsable
Información precisa respecto a servicios y valores de los mismos	Capacitación del personal comercial	Brindar información clara a través de los medios de comunicación	Adecuar espacios para promociones y ofertas del servicio,	Brindar Información precisa y clara respecto a servicios ofrecidos.	<p>Capacitar a personal sobre la veracidad de los servicios y su calidad.</p> <p>Formar campañas de promoción e información sobre el servicio.</p>	Estas actividades deben ser cumplidas a término de 6 meses máximo.	Número de hoteles que responden de forma más efectiva a dudas del huésped.	Capacitación será llevada hacia todo el personal comercial refrigerio: 280.000	Propietario del hotel

Nota: Autoría propia.

Presupuesto de acuerdo con estrategias del plan de acción

Tabla 9.

Presupuesto

ESTRATEGIAS	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO	CONCEPTO
Instalar programa de entrada y salidas de huésped	2 meses	Departamento de recepción y reservas	\$ 1.500.000	Alquiler del programa
Capacitación para promoción del hotel	4 horas	Departamento comercial y mercadeo	\$ 190.000	refrigerio
Publicidad de establecimientos en la página web y redes sociales del hotel	1 mes	Departamento comercial y mercadeo	\$ 250.000	refrigerio
Presupuesto para la adecuación de área de hospedaje	6 meses	Departamento de compras	\$ 8.000.000	Materiales de construcción/planos y mano de obra

Capacitación de personal y nomina por prestación de servicios	1 mes	Departamento de seguridad y vigilancia	\$ 1.200.000	Nomina
Capacitación sobre accesibilidad del huésped	1 mes	SENA	Gratis	Conferencista
Capacitación de servicio al cliente	2 horas	Departamento comercial, recursos humanos y mercadeo	\$ 280.000	refrigerio

Nota: Autoría propia.

Conclusiones

La plataforma Home Exchange por ahora no representa una amenaza directa a la industria hotelera de la localidad de la Candelaria, pero evidentemente, estas plataformas están ganando adeptos quienes encuentran en esta opción una forma económica de hospedarse, pues estos alojamientos están cerca de la zona turística y hotelera de la localidad, los hoteles conocen de ellos y están monitoreando de cerca este fenómeno para hacer frente en el momento que sea conveniente.

Los hoteles de la localidad entienden que las tecnologías han cambiado la forma en que el huésped se relaciona con el hotel, la tecnología es el nuevo canal de comunicación y ellos entienden que tienen que adaptarse e ir a la vanguardia de los cambios, entienden que el negocio debe replantearse, por eso saben que la mejor forma de enfrentar la amenaza de plataformas como Home Exchange es revolucionar el concepto de servicio asociado a la experiencia del huésped más un precio competitivo.

La plataforma Home Exchange es un claro ejemplo de cómo la revolución tecnológica y un modelo de negocio, empiezan a replantear las formas tradicionales de hospedaje, en tanto que, a partir de procedimientos muy sencillos con una plataforma básica, los clientes pueden acceder a alojamientos familiares en cualquier parte del mundo. Es evidente que la población joven o los denominados nativos digitales que son un poco más intrépidos al usuario convencional, son el mercado preferente de estas nuevas alternativas de alojamiento, lo cual indica que en el tiempo estas formas de alojamiento seguirán creciendo significativamente generando amenazas en la ocupación de los hoteles convencionales.

Se pudo evidenciar que hay hoteles en la Candelaria que han comprendido estos cambios y saben que deben adaptarse para sobrevivir, en ese sentido, ciertos establecimientos han decidido integrar sus sistemas de comercialización y publicidad a la plataforma Home Exchange como una forma de enfrentar los cambios y la competencia, integrando sus servicios a la oferta de la plataforma digital.

Este tipo de plataformas están generando toda serie de opiniones muchas de ellas controversiales, en el sentido de que se pone en riesgo la seguridad del huésped que no sabe

finalmente, en dónde y con quién quedará alojado, lo cual pone en riesgo su integridad, más la connotación en la calidad del servicio y la experiencia de la atención, lo cual se ha convertido en una bandera de la industria formal para atacar estas nuevas formas de alojamiento alternativo.

Recomendaciones

Los hoteles de la candelaria deben invertir mayor presupuesto para la implementación de mejor tecnología facilitando los procesos de reserva, Check-in y Check-out lo cual se traduce en mejor servicio al cliente.

Los hoteles deben definir una estrategia de promoción y comercialización muy agresiva en los medios digitales y adaptar su oferta a lo que ofrecen las plataformas como Home Exchange, en ese sentido, deben entender que sus habitaciones también pueden ser adaptadas y ofertadas bajo esas mismas modalidades con precios competitivos.

El hotelería formal de la Candelaria debe realizar un monitoreo permanente de las plataformas digitales que ofertan servicios de alojamiento en su área de influencia, solo de esa manera será posible definir las estrategias pertinentes para contrarrestar los efectos que ocasionen en la ocupación promedio.

Para el mercado competitivo en este tipo de servicios, es importante siempre buscar el mayor beneficio, donde la prestación de servicios sea de calidad, eficiente, transparente y equitativo. Con esto permitirá ser mejor competidor, a nivel profesional. Donde los usuarios y huéspedes escojan de manera asertiva a la plataforma que mejor les convenga para usar.

Referencias

- (National Public Radio). (11 de Noviembre de 2013, (p.1). La economía compartida: ¿Un cambio de la propiedad? *NPR (National Public Radio)*, pág. 1.
- Adriana Barrios; Cristian Escobar. (2015). *La para hotelería en el distrito, turístico y cultural de Cartagena y sus efectos económico-sociales*. Cartagena.
- Aguilar, R. S. (s.f.). *Tiempo compartido en el siglo XXI*. Recuperado de: Tiempo compartido en el siglo XXI: http://nulan.mdp.edu.ar/1807/1/aguiar_rs_2010.pdf
- Alcaldía mayor de Bogotá. (s.f.). *Alcaldía local la Candelaria*. Recuperado de: Candelaria sostenible: <http://www.lacandelaria.gov.co/milocalidad/candelaria-sostenible>
- Araújo Pereira, G., & de Sevilha Gosling, M. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar*. Buenos Aires, Argentina.
- Arquitectura TI COLOMBIA. (s.f.). *Marco de interoperabilidad*. Recuperado de: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: <https://www.mintic.gov.co/arquitecturati/630/w3-propertyvalue-8117.html>
- Barrullas, J. (12 de abril de 2018). *Blog de economía y empresa*. Recuperado de: Blog de economía y empresa: <http://economia-empresa.blogs.uoc.edu/turisme/consumo-colaborativo-turismo/>
- Betancourt. (20 de noviembre de 2019). *Matriz de vester para la priorización de problemas*. Recuperado de: Matriz de vester para la priorización de problemas.: www.ingenioempresa.com/matriz-de-vester
- Bogotá STOP OVER. (s.f.). *BOGOTÁ*. Recuperado de: Bogotá: <https://bogotastopover.com/conoce-bogota/>
- Buscadores y Metabusadores*. (s.f.). Recuperado de: Buscadores y Metabusadores: <http://stellae.usc.es/red/file/download/134361>
- Carrión, J. (25,26 y 27 de mayo de 2009). *Metabusadores: a propósito de un estudio comparativo*. Recuperado de: Metabusadores: a propósito de un estudio comparativo: http://www.bvsspa.es/profesionales/sites/default/files/documentos/02_Metabusadores_CC.pdf
- Cibele Lopes Souto Maior-Cabanne, M. C. (21 de marzo de 2017). *Estudios y perspectivas del Turismo*.

Recuperado de: Estudios y perspectivas del Turismo:

https://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755643005/html/index.html#redalyc_180755643005_ref38

Citur. (s.f.). *Estudio de la hotelería paralela en el distrito turístico, cultural e histórico de santa marta*. Recuperado de: Estudio de la hotelería paralela en el distrito turístico, cultural e histórico de santa marta :

[http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/233.CONCEPTOS_SOBRE_FORMA](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/233.CONCEPTOS_SOBRE_FORMA_LID)
LID

AD_TURISTICA_EN_EL_ESTUDIO_DE_INFORMALIDAD_DE_SANTA_MARTA.pdf

Congreso de Colombia. (1995). *Ley 256 de 1996*. Bogotá: Normas de competencia desleal.

Congreso de Colombia. (2009). *Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones -tic-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones*. Bogotá: Ley 1341.

Congreso de la República. (2009). *Ley 300 de 1996*. Bogotá.

Consejo privado de Competitividad. (24 de octubre de 2017). *Informalidad, una visión para Colombia*.

Obtenido de Informalidad, una visión para Colombia:

https://compite.com.co/wp-content/uploads/2017/11/CPC_Informalidad-V03.pdf

Constitución Política. (2016). *Constitución Política*. Bogotá.

Cotelco, L. A. (2019). *Cotelco*. Recuperado de: Cotelco:

<https://www.cotelco.org/busqueda/ilegal> DADA ROOM. (06 de noviembre de 2017). *La guía completa para disfrutar un año de intercambio en Bogotá*. obtenido de la guía completa para disfrutar un año de intercambio en BOGOTÁ:

<http://www.dadaroom.com/blog/la-guia-completa-para-disfrutar-un-an%CC%83o-de-intercambio-en-bogota/>

Díaz, E. (s.f.). *La hotelería informal y la competitividad turística en la ciudad de Cartagena*.

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Distrito Federal, México: Investigación en Educación Médica, vol. 2, núm. 7.

- DNP. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo*. Bogotá: Grupo de Comunicaciones, Carmen Elisa Villamizar Camargo.
- Encarnación, A. M. (5 de junio de 2006). *El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales*. Recuperado de: El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales:
file:///C:/Users/pc/Downloads/El_alojamiento_colaborativo_Viviendas_de_uso_turis.pdf
- Enciso, R. G. (s.f.). *Necesidades y valores del comportamiento turístico*.
- Equipo del Programa Gobierno en línea-Cintel . (2010). *Marco para la interoperabilidad del Gobierno en línea*. Bogotá.
- Escobar, I. G. (abril de 2002). *¿Qué es el FODA?* Obtenido de ¿Qué es el FODA?:
https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf
- FLÓREZ, G. E. (23 de agosto de 2017). El negocio de tiempo compartido crece a un ritmo del 20% anual.
Portafolio, pág. s.f.
- Gómez1, L. M. (marzo, abril de 2004). *Scielo*. Obtenido de Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso:
<http://eprints.rclis.org/5013/1/analisis.pdf>
- González, J. E. (s.f.). *La hotelería informal y la competitividad turística de la Ciudad de Cartagena*. Recuperado de: La hotelería informal y la competitividad turística de la Ciudad de Cartagena: file:///C:/Users/pc/Downloads/874-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3048-5-10-20180502%20(1).pdf
- González, J. R. (Noviembre de 2009,(p.1). *TURyDES*. Obtenido de Apuntes sobre la ciencia y el turismo: <http://www.eumed.net/rev/turydes/06/gflr.htm>
- Google Maps. (s.f.). *Google Maps*. Recuperado de: Google Maps:
https://www.google.com/maps?q=bogota&rlz=1C1GCEU_esCO819CO819&um=1&ie=UTF-8&sa=X&ved=0ahUKEwjPofK3q6vkAhWlIkKHbZhD6EQ_AUIESgB
- HomeExchange. (2 de Octubre de 2014). *HomeExchange*. Recuperado de: Historia de intercambio de casas: <https://www.homeexchange.com/es/blog/historia-intercambio-de-casas/>

Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. (s.f.). *Objetivos Estratégicos y de Calidad*.

Recuperado de: Objetivos Estratégicos y de Calidad:

<http://www.bogotaturismo.gov.co/objetivos>

Intercambio de casas: cómo funciona el turismo colaborativo. (26 de Julio de 2018).

ElDiario.es, pág. s.f. Márquez, A. R. (s.f.). Las viviendas particulares dedicadas a la actividad de alojamiento

turístico. Su exclusión de la ley de arrendamientos urbanos . *Revista internacional de doctrina y jurisprudencia*, 6.

Merino, E. G. (20 de Junio de 2013). *Diseño de plan de marketing estratégico caso: hotel restaurante el castillo*. Recuperado de: Diseño de plan de marketing estratégico caso: Hotel restaurante el castillo: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/3351/TFG-B.269.pdf;jsessionid=DFDFBDF22C3C52699811AA8A623241F2?sequence=1>

Mexican Timeshare Solutions. (15 de febrero de 2013, (p.1). *¿Como funciona un tiempo compartido?*

Obtenido de Mexican Timeshare Solutions:

http://www.cancelartiemposcompartidos.com/blog/141-como-funciona-un-tiempo-compartido/_presente_y_futuro_de_las_plataformas_digitales.pdf

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Guia para elaborar un plan de acción*. Obtenido de GUIA PARA ELABORAR UN PLAN DE ACCIÓN:

[sedbolivar.gov.co/archivos/Normatividad/Avisos/2010/Guia%20plan%20de%20accion.p](http://sedbolivar.gov.co/archivos/Normatividad/Avisos/2010/Guia%20plan%20de%20accion.pdf)

df Ministerio de TIC, Ley 1341. (2009). *LEY 1341*. Bogotá.

Organizacion mundial del Turismo. (2018). *Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años*.

Plan Nacional de Desarrollo. (2018-2022 (p.224). *Bases del plan nacional de desarrollo*. Bogotá, D. C., Colombia: Grupo de Comunicaciones.

Plan sectorial de Turismo. (2018). *Turismo: el propósito que nos*

une. Bogotá. Prada, S. I. (2017). La economía compartida. *El*

MUNDO.COM, 1.

Procolombia. (s.f.). *Bogotá, el corazón de los andes*. Obtenido de Bogotá, el corazón de los andes: <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/andina/bogota>

Real Academia Española, Diccionario. (2001). *Intercambio*. Obtenido

de

<http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=0tU21O9lzDXX2SC2wvN2>

RECOMENDACIONES OMT-NU. (1994, (p.3). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. 83.

Ruiz, M. (2010). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Culiacán, Rosales, Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa.

Russo, A. P. (2014). La lógica espacial del intercambio de casas. *Scripta Nova* , p.1.

Sancho, A. (s.f.). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Introducción al Turismo:

<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Sarralde, J. L. (22 de marzo de 2019). *Mejores consejos para intercambiar tu casa en tu viaje de vacaciones*. Obtenido de Mejores consejos para intercambiar tu casa en tu viaje de vacaciones: <https://guias-viajar.com/consejos-viajar-por-tu-cuenta/consejos-intercambio-de-casas-viajes-vacaciones/>

SocialHizo. (2019, (p.1)). *Bogotá, descripción gráfica*. Obtenido de

<https://www.socialhizo.com/entretenimiento/turismo-al-dia/bogota-descripcion-geografica>

Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). *Guía análisis DOFA*. Obtenido de Guía

análisis DOFA: http://www.odontologia.unal.edu.co/docs/claustros-colegiaturas_2013-2015/Guia_Analisis_DOFA.pdf

Yannopoulou, N. (1 de marzo de 2013, (p.1). *User-Generated Brands and Social Media:*

Couchsurfing and. Recuperado de: User-Generated Brands and Social Media: Couchsurfing and: <file:///C:/Users/Salas/Documents/Downloads/11116-Article%20Text-44271-1-10-20130520.pdf>

Anexos

Anexo 1. Estructura de entrevistas

 UNIVERSITARIA AGUSTINIANA UNIAGUSTINIANA <i>Es creer en ti</i>	UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA	ENTREVISTA
	Impacto de la plataforma Home Exchange en la industria hotelera legal de la localidad de la Candelaria.	

La presente encuesta se enmarca en el trabajo de tesis que se realiza dentro de la Línea de Investigación Construcción Social del Espacio de la Maestría en Estudios Sociales dirigida a conocer la percepción y reconocimiento sobre bienes y manifestaciones culturales que están presentes en los municipios que integran la Provincia Norte del Tolima; información a la cual únicamente tendrá acceso del investigador por lo cual se solicita atentamente responder lo más sinceramente posible. La información aquí consignada tiene un carácter eminentemente académico.

Derrotero de preguntas:

1. ¿Qué opinión le merece las diversas modalidades de intercambio turístico en las que se presta el servicio de alojamiento a los viajeros?
2. ¿Cómo se ven afectados los hoteles legales del centro histórico de la Candelaria con las plataformas digitales de intercambio de alojamiento?
3. ¿El sector hotelero de la candelaria tiene algún plan de contingencia frente al posicionamiento y proliferación de plataformas de intercambio como Home Exchange?
4. ¿Qué incidencia tiene la para hotelería respecto al crecimiento y competitividad del sector hotelero legal del país?

5. ¿Considera que el sector hotelero debe resistir y perseguir o por el contrario aceptar los cambios y adaptarse?
6. ¿Se deberían regular estas plataformas y que compitan en igualdad de condiciones con el resto del sector?
7. ¿Qué decirles a los viajeros para que se hospeden en hoteles legales y que se aparten de las plataformas ilegales?
8. ¿Qué propuesta se plantearía para generar mayor flujo de huéspedes en los hoteles ubicados en la localidad de la Candelaria?