

Análisis del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto

Brayan Flórez Molina

Brayan Santiago Acosta Rodríguez

Universidad Cesmag

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Programa Administración de Empresas

San Juan de Pasto

2023

Análisis del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto

Brayan Flórez Molina

Brayan Santiago Acosta Rodríguez

Trabajo de grado bajo la modalidad de monografía-investigación para optar el título de  
administrador de empresas

Asesora

Mg. Claudia Magali Solarte Solarte

Universidad Cesmag

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Programa Administración de Empresas

San Juan de Pasto

2023

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Director**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**San Juan de Pasto, junio 2023**

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG

## DEDICATORIA

### *A mi familia.*

*Quienes siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo incondicional y quien han sido mi principal fuente de motivación y apoyo durante todo este proceso, en especial a mi madre, quien ha sido mi guía, mi inspiración y mi mayor ejemplo de perseverancia y dedicación. Gracias a su amor incondicional y su constante apoyo, he podido alcanzar cada uno de mis objetivos y llegar hasta aquí.*

*A mi hermano, quien ha sido mi compañero de aventuras, mi consejero y mi amigo fiel. Gracias por ser mi apoyo emocional y por brindarme siempre tus palabras de aliento y motivación.*

*A mi familia en general, les agradezco por su amor, paciencia, comprensión y motivación constante, por haberme brindado un hogar lleno de cariño, por sus palabras de aliento y apoyo emocional las cuales me ayudaron a superar los momentos difíciles y a mantenerme enfocado en mis metas.*

### *A mis amigos.*

*A mis amigos, les agradezco por su amistad, su compañía y su colaboración en todo momento. Gracias por alentarme a seguir adelante cuando las cosas parecían difíciles. Sus palabras de aliento y su ayuda fueron fundamentales para lograr esta meta.*

*Finalmente, a los docentes, les agradezco por compartir su conocimiento, su experiencia y su sabiduría conmigo. Gracias por inspirarme y motivarme a alcanzar siempre lo mejor de mí, por creer en mis capacidades y por brindarme su orientación y apoyo en cada etapa de mi formación académica.*

BRAYAN FLOREZ MOLINA

***Para mi familia.***

*Quien ha sido una gran fortaleza y apoyo a lo largo de mi carrera. Agradecerles todo lo incondicional que han hecho por mí, dedicarles este logro que me hace muy feliz poder enorgullecerlos por cumplir con esta meta propuesta.*

*A mis abuelos, que se han preocupado tanto por mí, por mi bienestar y por aportar un granito de arena a todo este esfuerzo con sus palabras, consejos, bendiciones y demás impulsos que me han llevado a seguir adelante, quiero decirles que este triunfo en mi vida y decirles que también es para ustedes.*

*De igual forma, agradecerle a cualquier familiar o conocido que al menos tuvo la oportunidad de preguntar por mí y de alegrarse o preocuparse de alguna forma, gracias a todos por cada palabra de aliento por más mínima que haya sido.*

***Para mis compañeros.***

*Desearles lo éxitos en sus vidas profesionales y personales, que obtengan muchos más logros y que nunca se rindan por más difícil que este el camino. Gracias por los momentos de risa, de rabia, de consejos y gracias por todos los momentos compartidos dentro y fuera del aula de clases.*

*Que más gratificante que ver triunfar a quien estuvo luchando codo a codo desde un principio contigo; espero que en algún momento nos podamos volver a encontrar y compartir más historias de nuestras nuevas experiencias ahora con el fin de nuestra carrera universitaria y del comienzo de nuestra vida profesional. Un abrazo para todos y los mejores deseos para sus vidas.*

***Santiago Acosta.***

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores agradecemos a:

A la Institución Universitaria CESMAG por brindarnos las herramientas y oportunidades necesarias para lograr nuestras metas, y por habernos brindado un ambiente académico y de aprendizaje enriquecedor y de calidad.

A nuestra asesora de tesis, CLAUDIA MAGALI SOLARTE SOLARTE por su guía, su paciencia, su conocimiento y su dedicación durante todo este proceso de investigación y elaboración de este trabajo de grado.

Gracias a su orientación y su experiencia, pudimos enfrentar y superar cada uno de los obstáculos que se presentaron en el camino, y lograr así un trabajo de calidad.

Además, agradecemos su compromiso y disposición para brindarnos su tiempo y sus comentarios, siempre constructivos y enriquecedores, que nos permitieron mejorar en cada una de las etapas de este proceso.

Queremos reconocer su labor y profesionalismo, así como su capacidad para motivarnos y ayudarnos a alcanzar nuestros objetivos académicos y profesionales.

A los docentes quienes fueron el pilar de nuestro aprendizaje, este logro no habría sido posible sin su orientación y sin el conocimiento brindado, por lo que agradecemos de todo corazón por su labor y dedicación, y por su contribución en nuestra formación académica y personal.

Finalmente, queremos agradecer a todos los que nos brindaron su colaboración, su ayuda y su orientación durante todo este proceso de formación académica, este trabajo es un reflejo de todo lo aprendido gracias a sus enseñanzas y a su ejemplo de vida.

**BRAYAN FLOREZ MOLINA**

**SANTIAGO ACOSTA**

## Contenido

	Pág.
Introducción	4
1. Problema de la investigación	18
1.1. Tema de investigación	18
1.2. Línea de investigación	18
1.3. Planteamiento del problema	18
1.3.1. Descripción del problema	18
1.3.2. Formulación del problema	20
1.4. Objetivos	20
1.4.1. Objetivo general	20
1.4.2. Objetivos específicos	20
1.5. Justificación	21
1.6. Viabilidad	22
1.7. Delimitación	22
2. Marco referencial	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. Nivel internacional	23
2.1.2. Nivel nacional	24
2.1.3. Nivel regional	25
2.2. Marco contextual	27
2.2.1. Macro contexto	27
2.2.2. Micro contexto	28
2.2.3. Reseña histórica	30
2.3. Marco legal	30
2.4. Marco teórico	37
2.5. Marco conceptual	42
3. Metodología	47
3.1. Paradigma	47
3.2. Enfoque	47
3.3. Método	48

3.4. Tipo de investigación .....	48
3.5. Población y muestra .....	49
3.5.1. Población.....	49
3.5.2. Muestra .....	49
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	50
Instrumento.....	50
4. Resultados de la investigación .....	51
4.1. Diagnóstico del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto.....	51
4.2. Factores competitivos del sector hotelero .....	55
4.3. Estrategias de mejoramiento para el sector hotelero.....	65
Conclusiones .....	71
Recomendaciones.....	72
Referencias.....	73
Anexos .....	77

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1 Normas técnicas. ....	31
Tabla 2 Normatividad de licencias de funcionamiento.....	32
Tabla 3 Normatividad de cumplimiento. ....	33
Tabla 4 Normatividad de decretos y certificados.....	34
Tabla 5 Matriz MEFI. ....	40
Tabla 6 Hoteles de la ciudad de Pasto.....	49
Tabla 7 Estrategias de mejoramiento. ....	66

## Lista de figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Género.....	51
Figura 2 Edad .....	51
Figura 3 Lugar de nacimiento .....	52
Figura 4 Estado civil .....	52
Figura 5 Estrato .....	53
Figura 6 Nivel de estudio .....	54
Figura 7 Año de apertura.....	54
Figura 8 Empleos directos.....	55
Figura 9 Factores con los que cuenta la empresa.....	55
Figura 10 Publicidad del hotel .....	56
Figura 11 Asesoría y asistencia técnica .....	56
Figura 12 Uso de marketing digital.....	57
Figura 13 Formas de pago durante pandemia de Covid-19 .....	57
Figura 14 Huéspedes con síntomas de coronavirus .....	58
Figura 15 Protocolos de bioseguridad utilizados en el hotel.....	59
Figura 16 Estrategias de publicidad. ....	59
Figura 17 Precio de los servicios durante confinamiento .....	60
Figura 18 Estrategias de publicidad durante confinamiento .....	61
Figura 19 Jornadas de atención durante confinamiento.....	61
Figura 20 Ventajas competitivas.....	62
Figura 21 Recursos que sostienen la empresa.....	63
Figura 22 Recursos de crédito.....	63
Figura 23 Entidades de solicitud de créditos .....	64

## Lista de anexos

**Pág.**

Anexos A Encuesta dirigida a los propietarios del sector hotelero..... 77

## **Resumen analítico de estudio**

**Programa académico:** Administración de empresas.

**Fecha de elaboración del RAE:** 02 de mayo del 2023.

**Autores de la investigación:** Brayan Florez Molina – Santiago Acosta

**Asesor:** Claudia Magali Solarte Solarte.

**Jurados:** Gloria Alicia Rivera Vallejo y Ana Lucia Casanova Guerrero

**Título:** Análisis del sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto.

### **Palabras claves**

Análisis, bioseguridad, Comuna uno, confinamiento, covid-19, Hotelería, pandemia, Pasto, protocolos, servicios.

**Descripción:** Hacer un análisis de cómo los hoteles prestan un servicio cómodo y agradable a las personas que visita la ciudad, para su logro se plantean los objetivos específicos, con el fin de obtener ventajas que permitan mejorar el sector mencionado, en la que se encuentra diferentes aspectos que inciden en la ciudad de Pasto. Analizando este sector se identifican los factores claves, los cuales pueden ayudar a tener un buen desempeño y de este modo poner en consideración estrategias para enfrentar los diferentes retos que se presenten a futuro.

### **Contenido**

**Capítulo 1. Problema de la investigación:** Esta basada en la línea de gestión y competitividad, con el fin de obtener ventajas que permitan mejorar el sector mencionado. El problema encontrado se debe el inadecuado desempeño que muestra el patrimonio físico de la ciudad, con tendencia a desaparecer por parte de la comunidad no le da la importancia a la riqueza arquitectónica que se encuentra en la ciudad. Sin embargo, desde marzo del año 2020 surgió una de sus principales crisis económicas a causa de la pandemia del Covid-19; hoteles, restaurantes y centros de atracción, tuvieron que cerrar sus puertas. Por ende, esta investigación propone estrategias de mejoramiento y como se beneficiaría teniendo planes de contingencia en base a los objetivos planteados. El desarrollo de las actividades de la propuesta de investigación es viable ya que, existe la facilidad de acceso a los hoteles para la recolección de la información necesaria y el estudio de la misma,

las cuales permiten el acceso a información la cual servirá de ayuda a tener un mayor conocimiento y mayores referentes o referencias para poder hacer una alusión al tema de una manera correcta.

**Capítulo 2. Marco referencial:** Busca caracterizar las prácticas actuales para identificar posibles escenarios desfavorables en el sector. Esto permitirá determinar estrategias para prevenir y enfrentar desafíos competitivos utilizando herramientas administrativas. Se pretende crear un plan estratégico que ayude a la empresa a sobrevivir y competir, con el objetivo de lograr el éxito al conocer tanto el entorno interno como externo de la organización. Para regular y desarrollar la actividad turística, es necesario seguir principios y cumplir con objetivos de política establecidos por los entes reguladores. En particular, en la industria del comercio, el ente encargado de supervisar el cumplimiento de decretos, licencias, leyes y resoluciones juega un papel crucial.

**Capítulo 3. Metodología:** Se describe la forma en como está construida la investigación y los métodos utilizados para la recolección de información, la forma en como esta se analizará para el desarrollo de actividades a ejecutar junto con las estrategias propuestas en los objetivos. La investigación intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones, dejando conocer a una cierta cantidad de población que ha sido afectada en el sector hotelero mediante fuentes primarias, secundarias y terciarias.

**Capítulo 4. Resultados de la investigación:** Después de ya haber realizado la recolección de datos en los establecimientos del sector hotelero a investigar, lo siguiente es clasificar dichos datos para realizar la respectiva tabulación y conocer más al público que ha sido afectado por las problemáticas antes mencionadas y con ello dar solución con ayuda de los objetivos y estrategias propuestas en esta investigación.

**Metodología:** Se caracteriza por afirmar que el conocimiento es aquel que es producido por la ciencia, particularmente con el empleo de su método. Esta modalidad se utiliza por medio de la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. El método recolecta la información de un sector específico, para la comparación de datos y con estos obtener resultados estadísticos de manera concreta y verificable. La investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Busca proponer soluciones o estrategias a las situaciones

que se presenten en el campo laboral de las diferentes empresas. El sector de servicios de alojamiento y servicios de comida está conformado por 473 establecimientos. Se realizó a partir de 95 propietarios los cuales fueron seleccionados dependiendo del reconocimiento y popularidad que tienen en la ciudad o de los demandantes. Como instrumento de recolección de información se tomó la encuesta, la cual permitió recolectar datos de manera cualitativa y cuantitativa con el fin de hacer un análisis, con el que se realizaron conclusiones para solventar los interrogantes.

### **Conclusiones:**

- El sector hotelero está muy desvalorado y poco enaltecido por la sociedad, debido a que creemos que es un sector no importante, pero a través de esta investigación se observó que si es algo que tarde o temprano las personas desearan hacer uso de sus instalaciones y que en cierta medida se convierta una necesidad.
- Es necesario la recolección de datos concretos y cuantificados para llegar a una hipótesis con la cual se pueda generar teorías de solución para un problema en desarrollo o incluso para poder evitarlos a futuro.
- El uso de estrategias puede llevar a que una organización, sea cual sea, pueda seguir sobreviviendo en el mercado a pesar de las problemáticas que existan y que puedan presentarse, siempre y cuando cambie la forma tradicional de trabajo adaptándose de la mejor manera a los cambios, contrayendo planes de contingencia o realizando diagnósticos que le permitan estar un paso adelante.

### **Recomendaciones:**

- Cambiar estrategias tradicionales o la forma de trabajo que se lleva de rutina, por una de mejoramiento y así lograr una mayor estabilidad para posibles amenazas a futuro para continuar con la organización en el prestamos de servicios o venta de productos, ya que a medida del tiempo la sociedad ira cambiando, interna y externamente, y los clientes van a buscar mucho más que antes en cuanto a la adquisición de bienes, por ende es así como las empresas deberán adaptarse a las necesidades de estos junto con los cambios del mundo terrenal y digital.

## **Bibliografía**

- Revista Venezolana de Gerencia, (2017). Estrategia de calidad en empresas colombianas de servicios. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967004/29055967004.pdf>
- Rodríguez, F., & Gómez Bravo, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad de la empresa*. Caracas: CAF. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/863?show=full>
- Secretaria distrital de salud de Bogotá, (S.F). Identificación de factores de riesgo. <http://www.saludcapital.gov.co/sitios/VigilanciaSaludPublica/Protocolos%20de%20Vigilancia%20en%20Salud%20Publica/Moteles%20Hoteles%20y%20Residencias.pdf>
- Sotelo, L. (2015). *Competitividad En La Gestión Humana De Las Empresas De Familia Del Sector Hotelero De Pasto* [Trabajo para optar al título de Magister en Gerencia del Talento Humano, Universidad de Manizales]. Archivo digital. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2431>
- Ticona, J. (2021). *Resiliencia Empresarial Frente Al Desempleo Provocado Por El Covid-19 En Los Hoteles De Huaraz – 2020* [Para Optar El Título Profesional De Licenciado En Administración, Universidad Señor de Sipán]. Archivo digital. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8721>

## **ANEXOS:**

Anexo A: Formato encuesta, dirigida al personal encargado de los hoteles en la ciudad de Pasto de la comuna 1, con el fin de analizar el sector.

## Introducción

Nariño se ha destacado por mucho tiempo por el turismo, no solo por sus carnavales sino también por tener una de las maravillas del mundo, como es el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas. Esto ha atraído a varios visitantes tanto locales como extranjeros a visitar sus tierras.

Es aquí donde surge la investigación para analizar cómo en la ciudad de Pasto los hoteles brindan el servicio necesario para que los visitantes sean bien atendidos y se lleven una buena experiencia de su visita por la ciudad y por la región. Pero dada la circunstancia de la pandemia por el virus COVID-19 los hoteles han tenido que generar nuevas estrategias para sobrevivir en el mercado y aplicar un nuevo modelo de negocio productivo, ya que con el cierre de fronteras la productividad ha tenido un déficit considerable.

El propósito de la investigación es hacer un análisis de cómo los hoteles prestan un servicio cómodo y agradable a las personas que visita la ciudad, para su logro se plantean los objetivos específicos. Dicho análisis se caracteriza en primera instancia en el sector turístico, dado que los carnavales de la ciudad de Pasto son una fuente de cultura y diversión para los nariñenses y extranjeros.

Con la reapertura de la frontera en post pandemia, el sector hotelero tiene un auge por los eventos que se presentan en la ciudad, como los conciertos, justificados en esta investigación resaltando el impacto que estos pueden tener y junto con ello generar publicidad a través de los medios para atraer a dichos visitantes a conocer las instalaciones y disfrutar de los servicios de cada hotel seleccionado por ellos.

## **1. Problema de la investigación**

### **1.1. Tema de investigación**

Análisis del sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto.

### **1.2. Línea de investigación**

La investigación está basada en la línea de gestión y competitividad, por ende, el análisis del sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto, la cual está dirigida a una área competitiva con el fin de obtener ventajas que permitan mejorar el sector mencionado, en la que se encuentra diferentes aspectos que inciden en la ciudad de Pasto, como lo es el turismo, cambios socioeconómicos, sociocultural, etc., en el cual se presentan varios escenarios los cuales pueden desencadenar diferentes problemáticas, para ello, se busca establecer posibles soluciones, con el fin de sobre llevar estas situaciones. Analizando este sector se identifican los factores claves, los cuales pueden ayudar a tener un buen desempeño y de este modo poner en consideración estrategias para enfrentar los diferentes retos que se presenten a futuro, y a los cambios que surjan en un corto o mediano plazo.

### **1.3. Planteamiento del problema**

#### **1.3.1. Descripción del problema**

La caída del sector hotelero en la ciudad de Pasto es debido a que el desarrollo del turismo en la ciudad se ha deteriorado, aunque existe potencial en relativa abundancia, expresado en reservas naturales, paisaje y ambiente, cultura tangible e intangible, festividades y eventos. debido a la poca promoción y a la deficiente formación en atención al turista, de todos los involucrados en ella.

Se tiene en cuenta el inadecuado desempeño que muestra el patrimonio físico de la ciudad, con tendencia a desaparecer. Esto se debe a que, por una parte, la comunidad no le da la importancia a la riqueza arquitectónica que se encuentra en la ciudad, causado, entre otras cosas, por el desinterés persistente acerca del valor turístico del patrimonio material. (Patiño, 2017)

De este modo el turismo en la ciudad de Pasto se convierte en uno de los más importantes renglones de su economía. Según el Sistema de Información Turística (2020), son 3.005 empleos

directos que se originan trimestralmente en alojamientos, agencias de viaje, provisión de alimentos y empresas de transporte especial.

Sin embargo, desde marzo del año 2020 surgió una de sus principales crisis económicas a causa de la pandemia del Covid-19; hoteles, restaurantes y centros de atracción, tuvieron que cerrar sus puertas, y hasta el momento, aún no saben cuándo podrán volver a atender al público.

El turismo en los últimos meses, antes de iniciar el aislamiento obligatorio, en la ciudad de Pasto se encontraba con una gran visita por parte de turistas, no solo era un puente para los ciudadanos ecuatorianos, sino también era una atracción tanto para el turista extranjero como nacional.

Los hoteles en Pasto, pertenecientes a la Asociación hotelera de Colombia COTELCO han dotado sus instalaciones de la última tecnología y todos los recursos que permiten a los clientes adelantar con cómoda eficacia sus gestiones comerciales en la ciudad y la región en general. Adicionalmente la ubicación estratégica que los caracteriza permite a los clientes un cómodo acceso al sector comercial y financiero con la oportunidad de interactuar y disfrutar de la zona cultural y turística de la ciudad y de su entorno. (Cotelco, 2021)

En los últimos años el turismo en general tuvo una fuerte caída, aun mas con la situación de la pandemia del Covid-19 trayendo con ello el decaimiento de múltiples empleos y empresas, entre ellos el problema que se está evidenciando el turismo.

Debido al cierre de fronteras, el sector hotelero se vio muy afectado por la falta de personal extranjero que son los clientes principales de este negocio, además con el descuido de las autoridades competentes ante el aseo de la ciudad, sin hablar de la inseguridad, el turismo ha tenido un decaimiento sobresaliente, con lo que es necesario crear estrategias que puedan ser usadas en el sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto para atraer más clientes a sus establecimientos. (ONU, 2020)

Pero no solo el ambiente externo es el que se debe tener en cuenta, sino por el contrario el debido mantenimiento a estos lugares de estadía, ya que un hotel en buenas condiciones será más atractivo para aquellos que se sientan atraído hacia la región por los diferentes centros turísticos que en ella habita, a alguno que presente una imagen no tan confiable y no deseada a quienes quieran ser sus huéspedes.

El cliente en algunos casos no solo busca comodidad física, sino que también busca algo grato a su bolsillo, además de aspectos que influyen en la actualidad como son los medios de pago, para ello se debe tener en cuenta los métodos que se utilizan en la actualidad como lo son los pagos mediante código QR lo cual brinda la facilidad de hacer pagos mediante las aplicaciones de Ecards las cuales se han vuelto demasiado utilizadas e importantes en la sociedad, y como se evidencio anteriormente los problemas actuales de la población ha hecho que esto se afecte mucho para el interesado, con presión más altos de lo normal.

Como se observa en la actualidad, la movilidad de las ciudades ha vuelto a ser reactivada, pero sin dejar de lado los protocolos de bioseguridad, con lo cual esto ha logrado que los hoteles hayan podido establecer nuevamente cifras exitosas para su organización en tiempos de post pandemia.

Con las medidas tomadas por parte del gobierno, han permitido que las personas tengan una mayor libertad a la hora de transportarse de una ciudad a otra, se ha consagrado que con la ayuda de las vacunas los picos de contagios dejen de elevarse nuevamente. Con ello, el sistema turístico podría de alguna forma volver a reactivarse, no a su totalidad, pero tal vez a un nivel óptimo en donde el sector hotelero también puede verse beneficiado por esta acción y poder seguir creando nuevas perspectivas sobre la población visitante o hasta incluso la misma población local.

### **1.3.2. *Formulación del problema***

El análisis del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto permitirá proponer estrategias de mejoramiento y como se beneficiaría teniendo planes de contingencia

## **1.4. *Objetivos***

### **1.4.1. *Objetivo general***

Analizar el sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto, teniendo en cuenta escenarios futuros en el año 2022.

### **1.4.2. *Objetivos específicos***

- Realizar un diagnóstico del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto.
- Identificar factores competitivos en el sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto.

- Proponer estrategias de mejoramiento para el sector hotelero objeto de estudio.

### **1.5. Justificación**

Teniendo en cuenta los cambios que se esperan para Colombia, el departamento de Nariño y en este caso la ciudad de Pasto, se enfoca en el sector hotelero de la comuna 1 que está conformado por los barrios: Avenida Boyacá, Avenida Santander, Bombona, Caracha, Centro, Condominio Santiago, El Churo, El Cilindro, El Portalito, El Parque, Hullaguanga, La Panadería, Las Américas, Los Dos Puentes, Marcos de la Rosa, San Agustín Centro, San Andrés, San Andresito, San José, San José Obrero y Santiago

A estos hoteles llegan turistas, por lo tanto, es importante analizar cómo se encuentran los hoteles actualmente para definir estrategias que permitan impulsar el sector hotelero en la ciudad de Pasto para enfrentar nuevos retos y cambios en el corto plazo. Además de enfrentar exitosamente los nuevos retos de la competencia y los cambios próximos a llegar. “La anticipación no tiene mayor sentido si no es que sirve para esclarecer la acción” (Godet, 2000, p. 2).

Con la realización del mismo, se podrán llegar a mejorar las condiciones y circunstancias en las cuales los turistas hallan al sector hoy en día, de forma que los hoteles de esta zona obtengan una mayor recurrencia por parte de los visitantes, beneficiando a los comerciantes cercanos ya que impulsan a la compra de artefactos o bienes necesarios para los mismos.

De igual forma el hecho de que el hotel tenga un tránsito recurrente y constante, involucra y beneficia a los distribuidores de insumos que el hotel requiere para llevar a cabo sus operaciones con normalidad como son los productos de higiene o limpieza para el hotel e inquilinos, insumos para la alimentación, textilería, productos referentes al mantenimiento del hotel y sus servicios (electricidad, gas, agua, televisión e internet).

En consecuencia más allá de beneficiar a las empresas, se aporta en la economía de la ciudad, ya que gracias a sus utilidades generadas le permite responder positivamente tanto a las obligaciones generadas por el estado ante los impuestos y además de permitirle con sus ganancias emprender a mejorar su establecimiento el cual puede llegar a generar un mayor empleo en la ciudad, una mayor demanda de insumos para el funcionamiento del mismo, lo que beneficia a las empresas regionales, e incluso llegar a ser un establecimiento el cual sea llamativo o reconocido

en la ciudad, lo que conlleva a que los turistas despierten un deseo o una atracción turística ante el mismo.

Dado el caso de la reapertura de carnavales, posterior a la pandemia del virus COVID – 19, se espera la visita de clientes de los diferentes municipios de la región y también clientes del país vecino ecuatoriano, consiguiendo así el cumplimiento de alguno de los objetivos que es la atracción turística a la ciudad de Pasto.

### **1.6. Viabilidad**

El desarrollo de las actividades de la propuesta de investigación sobre el sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto es viable ya que, existe la facilidad de acceso a los hoteles para la recolección de la información necesaria y el estudio de la misma, además de contar con la ayuda e historial en la biblioteca institucional como las bibliotecas públicas, las cuales permiten el acceso a información la cual servirá de ayuda a tener un mayor conocimiento y mayores referentes o referencias para poder hacer una alusión al tema de una manera correcta, además de contar con la facilidad del acceso al internet el cual en estos tiempos se convirtió en la mayor fuente de información, donde se puede encontrar temas de interés, artículos, entrevistas, líneas de investigación llevadas a cabo por otros investigadores de diferentes lugares del mundo, para la realización correcta y eficaz se necesita de tiempo por parte los investigadores, con el cual cuentan gracias a la flexibilidad por parte de la universidad y el interés prestado por parte de los mismos.

### **1.7. Delimitación**

La investigación se basa en la ciudad de Pasto haciendo énfasis en el análisis del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto y se realizará en el año 2022.

## **2. Marco referencial**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Nivel internacional**

El trabajo de grado titulado “Resiliencia empresarial frente al desempleo provocado por el covid-19 en los hoteles de Huaraz – 2020”, realizado en el año 2021, cuyo autor Ticona Choque Jhon Deyvi egresada de la Universidad Señor de Sipán de la carrera de administración.

#### **Su objetivo general es:**

Analizar la resiliencia empresarial frente al desempleo provocado por el Covid-19 de los hoteles de Huaraz-2020

#### **Como objetivos específicos se encuentran:**

- Identificar las características de resiliencia empresarial que permitan hacerle frente al desempleo provocado por el COVID-19 de los hoteles de Huaraz-2020.
- Determinar el nivel y tipo de desempleo provocado por el COVID-19 de los hoteles de Huaraz-2020.
- Establecer acciones de resiliencia empresarial para contrarrestar el desempleo provocado por el COVID-19 de los hoteles de Huaraz-2020.

#### **Entre las conclusiones están:**

Mediante la ayuda de la tabulación de diversos estudios, entre su información recolectada, encontramos que la variación de desempleo generado por el COVID -19 en cifras porcentuales de los meses de abril a mayo del 2019 en comparación con el año 2020, dando un resultado de 39.6% menos de población ocupada, esto significa que 6720 mil personas dejaron laborar entre estos años.

#### **Aportes:**

Esta investigación permite servir como base para continuar con posteriores investigaciones, debido a que no existe hasta ahora una que incluyan los dos términos de resiliencia empresarial y desempleo, sobre todo en un ambiente o situación atípica como la del COVID - 19, que tomó a millares de empresarios por sorpresa y puso en jaque a muchos países en el mundo. Permitirá tener

en consideración un factor el cual puede afectar al sector hotelero en general, de tal forma que se pueda proponer estrategias de mejoramiento para el sector.

### **2.1.2. Nivel nacional**

El trabajo titulado “Competitividad en la gestión humana de las empresas de familia del sector hotelero de Pasto”, realizado en el año 2015, su autora Lorena Anabel Sotelo Rosero egresada de la Universidad de Manizales de la Facultad de ciencias sociales y humanas.

#### **Su objetivo general es:**

Identificar la competitividad desde las prácticas de gestión humana en las empresas de familia en el sector hotelero de Pasto.

#### **Como objetivos específicos se tiene:**

- Caracterizar las prácticas actuales de la gestión humana en las empresas de familia en el sector hotelero
- Reconocer las variables de la competitividad asociadas a gestión humana en las empresas de familia del sector hotelero.
- Interpretar los desafíos de la competitividad humana desde las variables de gestión humana en las empresas de familia en el sector hotelero.

#### **Entre las conclusiones están:**

El estudio “La competitividad en la gestión humana de las empresas de familia del sector hotelero de Pasto” surge como respuesta a las necesidades latentes de generar desarrollo económico en la ciudad de Pasto, con el fin de aportar al PIB Per cápita y mejorar la calidad de vida de la región; así mismo es un reto de profundizar en nuevas temáticas organizacionales que ameritan mayor profundización desde el campo disciplinario de formación de la investigadora. La investigación busca identificar las practicas actuales en materia de competitividad para el sector hotelero y en base a ello proponer alternativas de solución y estrategias que permitan realizar cambios significativos en el mencionado sector.

### **Aporte:**

Caracterizar las practicas actuales con el fin de determinar diferentes tipos de escenarios posibles para un futuro no prometedor para este sector, se podrá determinar posibles estrategias para prevenir e interpretar desafíos competitivos que se presentan de manera inesperada con el fin de fortalecer y contar con planes de contingencia efectivos que con la ayuda de antecedentes en este trabajo se puedan llegar a prever.

La investigación aportará elementos que permitan comprender la importancia de la dirección estratégica como un proceso social, dinámico y continuo, que requiere de continuidad y un seguimiento, no solo de resultados, sino también de los posibles cambios provocados en el entorno.

#### **2.1.3. Nivel regional**

El trabajo de grado titulado “Plan estratégico para el hotel punto blanco de la ciudad de San Juan de Pasto 2017-2019”, Realizado en el año 2019, cuyos autores Javier Andrés Basante Araujo, Wilmar Jeovanny Beltrán Estrada, Amaski Jojoa Torres, egresados de la universidad CESMAG de la facultad de ciencias administrativas y contables.

#### **Como objetivo general se tiene:**

Elaborar un plan estratégico para el Hotel Punto Blanco en la ciudad de San Juan de Pasto, departamento de Nariño, 2017-2019.

#### **Como objetivos específicos se encuentran:**

- Realizar un diagnóstico interno y externo del Hotel Punto Blanco.
- Elaborar un análisis mediante la aplicación de matrices administrativas que permitan definir estrategias para la empresa.
- Definir el direccionamiento estratégico del Hotel Punto Blanco.
- Proponer un plan de acción para el Hotel Punto Blanco.

#### **Entre sus conclusiones están:**

La siguiente investigación propone un plan estratégico para el Hotel Punto Blanco en la ciudad de Pasto, para que podamos identificar variables internas y externas que afecten el

desarrollo y encontrar un diagnóstico apropiado que lo lleve a convertirse en un ejemplo a seguir frente a sus competidores y usuarios de la región.

La propuesta se enfocará en diseñar un plan estratégico con el cual se optimizará el funcionamiento del Hotel Punto Blanco superando las dificultades que presente: falta de remodelación de la infraestructura, falta de publicidad y promoción, ausencia de visión y misión, ausencia de un plan de capacitación para empleados, desactualización de base de datos y sistemas contables.

Después de un análisis detallado y de conocer su situación actual, el plan estratégico brinda alternativas de mejoramiento para que la empresa se fortalezca y pueda hacer frente a los desafíos que traen consigo los cambios de los entornos que la rodean y a través de las estrategias poderlo encaminar hacia el éxito, no solo en el servicio que presta sino también dentro de sus áreas más importantes como la administrativa, financiera, talento humano y de mercadeo, además de contribuir en la toma de decisión es más acertadas.

### **Aportes:**

El uso de herramientas administrativas y como, con ayuda de ellas, permite crear un plan estratégico que ayude a la empresa a salir adelante y hacer frente a la competencia, con dicho plan lo que se busca es llegar al éxito conociendo el entorno interno y externo de la organización, mediante matrices y diversas formas de identificar aquellos factores que influyen para el correcto funcionamiento. Para así mismo realizar los debidos cambios y mejoras, no solo en el servicio que se presta, sino también en todo en lo que se refiere en la empresa, tangible como no tangible.

## **2.2. Marco contextual**

### **2.2.1. Macro contexto**

El sector hotelero ha sufrido cambios en los últimos años por acontecimientos no esperados en el año 2020, los cuales según COTELCO en el mes de diciembre del mismo año tuvo una significativa reducción en comparación al año 2019. Pasando de una reducción del 23,8 a un 35,8.

Gustavo Adolfo Toro afirmó lo siguiente: La crisis generada por la expansión del covid-19 a nivel mundial y por supuesto su repercusión en Colombia ha dejado al descubierto la fragilidad del sector turístico y hotelero ante eventos de esta magnitud, traducido en una parálisis de su actividad productiva y con ello el drama de miles de familias que derivan su sustento de esta actividad. Los anuncios del gobierno nacional frente al inicio de la fase de inmunización y la nueva ley del turismo generan una luz de esperanza para iniciar la recuperación del sector hotelero, el cual ha sido fuertemente golpeado con pérdidas billonarias, miles de empleos perdidos y varios establecimientos quebrados. (COTELCO, párrafo 1)

Con esto se evidencia en la ciudad de Pasto, como se vio afectada en las temporadas festivas, ya que nadie se imaginó que el virus COVID-19 fuera a durar tanto tiempo. Los hoteles lo vieron reflejado en las pocas visitas que recibían en épocas festivas como el carnaval y en temporada de fin de año.

La recién culminada temporada de Semana Santa representó para el sector hotelero colombiano una ocupación promedio del 37,34%, en medio de la pandemia y de las restricciones nacionales y regionales. En 2020, cuando la Semana Santa coincidió con la primera ola de pandemia y con un país confinado, la ocupación de los hoteles del gremio era del 1,78%; mientras que, en el 2019, antes de la pandemia, la ocupación fue del 51,88%. En medio de ese panorama, dos destinos de sol y playa sobresalieron y fueron los preferidos por los colombianos: San Andrés, con el 73,4% de ocupación y Cartagena, con 68,8%, advierte COTELCO en su informe de la temporada.

El sector del turismo involucra una cantidad variada de subsectores y agentes, entre ellos el de hospedaje, considerado uno de los principales dentro de la actividad turística (Monsalve y Hernández, 2015; González-Posada y Reyes-Bedoya, 2019). COTELCO reveló en un estudio del sector hotelero en la ciudad de Medellín revelando que los incrementos no son proporcionales al número de visitantes que llegan a la ciudad, que incluso en los últimos años se ha ido disminuyendo.

Esta problemática claramente representa una gran pérdida para los hoteleros ya que una habitación no vendida una noche significa una pérdida irrecuperable para el negocio, ya que los gastos y costos fijos de su infraestructura, también la realización del mantenimiento de ciertas tecnologías o servicios, requieren de algún tipo de consumo que se representa con obligaciones financieras, el no mantener un ingreso estable representa una fuerte amenaza para este.

En relación a esto, Moreno-Izquierdo et al. (2020) afirman que la industria del turismo está en constante evolución, tanto en términos de demanda como de oferta; dicho en estas palabras los empresarios hoteleros deben generar estrategias organizacionales para que así los usuarios se sientan satisfechos a la hora de adquirir el servicio ofrecido y que las autoridades públicas mantengan una buena imagen sobre la organización.

Estos hechos han producido que sectorialmente exista una clara orientación de algunas actividades económicas que tienen la pretensión de generar información homogénea y de carácter transnacional, manifestándose en discursos de organismos internacionales como kpmg y gri, los cuales enfatizan en los sectores de electrónica, computación, minería, farmacéuticos, comunicaciones, transporte, alimentos Regulación en responsabilidad social empresarial en la hotelería de Colombia y Sociedad (Téllez, 2015, p. 29).

### **2.2.2. *Micro contexto***

Son muchos los factores los cuales pueden llegar de una manera imprevista y conllevar a grandes problemáticas, que para los hoteles de la ciudad de Pasto involucra una serie de conflictos tanto económicos como legales.

Dicho esto, se puede tomar como referencia la reciente llegada de los migrantes haitianos que atravesaron la frontera con Ecuador y buscaban llegar a Estados Unidos, pero antes debían alojarse en Pasto, Una docena de hoteles fue objeto de esta medida, y sus propietarios aseguran

que lo único que hicieron fue alojar a personas en habitaciones dignas y a bajo costo. Señalan que los dueños de los hoteles no verificaron la nacionalidad de sus huéspedes, no exigieron la documentación necesaria. Conllevándoles problemas legales.

Reconocieron que los llamados coyotes escogen lugares cerca de las terminales de transporte por el bajo costo, no porque exista complicidad, sino porque minimizan los gastos. A partir de esto, se considera prudente para los hoteles no afectados establecer y continuar con las políticas de registro, impidiendo así que nuevos migrantes incidan en esta práctica.

Distintos representantes de los sectores de Hotelería y Turismo de la región realizaron un conversatorio, Alcaldía de Pasto y Gobernación de Nariño, con el fin de escuchar sus propuestas para fomentar el turismo y entablar la guía para la reactivación económica de este sector.

Entre las entidades que asistieron, se encontró FONTUR, PROCOLOMBIA, MICITIO Nariño, Oficina de gobierno de Alcaldía y Gobernación, entre otros; quienes expusieron sus inquietudes respecto a la situación actual en el sector turístico debido a la Pandemia por Covid-19, evidenciando la necesidad de impulsar el turismo a través del marketing y la promoción, incentivando las visitas a los sitios más representativos de la región y atrayendo a los usuarios de la mano de la política corporativa de la Cámara de Comercio, en la ciudad de Pasto y en Nariño.

Una de las propuestas fue la creación de un ‘Círculo de Turismo’, en el cual se trabaje con empresas aliadas como clúster, con el fin de fomentar la fidelización de los clientes para el ámbito local.

Por su parte, el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pasto, Dr. Damir Bravo Molina, expuso las líneas de acción a través de las cuales se encuentran trabajando desde el sector empresarial, presentando así un plan basado en cuatro ejes, Nariño pujante, Nariño creativo, Nariño sostenible y Nariño exportador, el cual busca generar una articulación para la reactivación económica y social del Departamento.

Según (Drucker, 2002) la planeación estratégica es el proceso continuo, basado en el conocimiento más amplio posible del futuro, considerado, que se emplea para tomar decisiones en el presente, lo cual implica riesgos futuros en razón de los resultados esperados con esto nos queda

en claro que factores los cuales nunca fueron previstos por una empresa, pueden llegar afectar a una empresa de una manera muy drástica llevándolos hasta la ruina.

Para beneficio del sector turístico en Nariño, el 2 de agosto del año 2021, la alcaldía de Pasto dio luz verde a la reapertura turística en el Encano, después de que este fuera azotado por la temporada de invierno en el cual se vio demasiado afectado. Luego de la fuerte afectación a esta vereda, el alcalde, en compañía de su séquito, pudo finalizar con la reactivación económica dado que esta zona es de gran tradición en el sector turístico a nivel local y nacional. Son miles de personas, que año tras año, visitan el lugar a disfrutar de su gastronomía, hotelería, paseo en lancha, pesca y de sus hermosos y coloridos paisajes.

En ese orden de idea, se puede establecer que con la apertura de este centro turístico serán más los visitantes que lleguen a la ciudad, significando que el sector hotelero podría tener un incremento en su economía para su beneficio.

### **2.2.3. *Reseña histórica***

Según la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, en los próximos dos años serán construidos alrededor de 63 nuevos hoteles, que aportarán 7.121 nuevas habitaciones, lo que aunado al comportamiento del dólar seguirá favoreciendo la llegada de turistas extranjeros. (COTELCO, 2017).

Ante esto se observa que muchos establecimientos los cuales no llevaban un largo recorrido en el sector hotelero se vieron afectados en su pleno crecimiento en el mercado, ya que a partir de que la ONU decreto una crisis ante el COVID-19, el 30 de enero del año 2020 aquellos que apenas empezaban a obtener resultados de un arduo trabajo ante las exigencias de los clientes, se afectaron de una forma abrupta por el hecho que se vieron en la obligación de recortar presupuestos para diferentes áreas de su establecimiento, impidiéndoles no llegar más alto en el mercado.

### **2.3. Marco legal**

Para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, existen principios para poder llevar acabo esta acción y objetivos de política que deben ser cumplidos como se dictaminan en los entes reguladores, la industria de comercio refiriéndose al ente encargado de la supervisión de que esta actividad cumpla con los decretos, licencias, leyes y resoluciones. Este sector cuenta con

un gremio representante llamado COTELCO, el cual es el encargado de velar y apoyar los intereses del sector hotelero y turístico en Colombia.

**Tabla 1**

*Normas técnicas.*

<b>Normas técnicas turismo</b>	<b>Descripción</b>
NTS - USNA 007.	Norma Sanitaria de manipulación de alimentos, 2017
NTS- USNA 001.	Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015.
NTS- USNA 002.	Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015.
NTS –USNA 003.	Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.
NTS-USNA 004.	Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. 2016.
NTS-USNA 005.	Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos, 2003.
NTS-USNA 006 I actualización.	Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2012.
NTS-USNA 008 I actualización.	Categorización de restaurantes por tenedores, 2009
NTS-USNA 009.	Seguridad industrial para restaurantes, 2007
NTS-USNA 010.	Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.

NTS-USNA 011.	Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes 2012
---------------	---

Fuente: Autoría propia con base a la consulta en diferentes páginas web.

**Tabla 2**

*Normatividad de licencias de funcionamiento.*

<b>Licencias</b>	<b>Descripción</b>
<b>Registro estatal de causantes</b>	Tecnologías que sujetan a los implicados para dar seguridad jurídica a las personas. Este trámite es el que asegura que todos realicen los pagos de impuestos al estado en forma correcta y sin falta.
<b>Licencias de Uso de Suelo, Construcción y Edificación.</b>	Esta licencia es la que se otorga para poder hacer la construcción de dicha edificación. Se necesita una copia de identificación y una copia de la boleta predial. Son propias de inmuebles, y tienen vigencia de dos años.
<b>Licencia de Funcionamiento o Declaración de Apertura.</b>	Como indica su nombre, es con la que se da apertura al hotel mediante el acto administrativo de las municipalidades ante la persona jurídica, para que ejecute el desarrollo de las actividades económicas del establecimiento.

Fuente: Autoría propia con base a la consulta en diferentes páginas web.

**Tabla 3***Normatividad de cumplimiento.*

<b>Resoluciones</b>	<b>Descripción</b>
RESOLUCIÓN 0657 DE 2005 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo):	Por la cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.
RESOLUCIÓN 161 DE 2012 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo):	Por la cual se establecen los requisitos de inscripción en el registro nacional de turismo de los arrendadores de vehículos para turismo y se deroga la resolución número 0460 de 2010.
RESOLUCIÓN 1065 DE 2011	Establece la gradualidad de las multas a imponer, cuando se presten servicios turísticos sin la inscripción previa en el registro nacional de turismo, de acuerdo con lo previsto en la ley 1429 de 2010.
RESOLUCIÓN 2534 DE 2006 (MCIT)	"Por la cual se crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones"
RESOLUCIÓN 3597 DE 2013.	Por la cual se señalan y actualizan las actividades consideradas como peores formas de trabajo infantil y se establece la clasificación de actividades peligrosas y condiciones de trabajo nocivas para la salud e integridad física o psicológica de las personas menores de 18 años de edad.
Resolución 0192 de 2014	Declara las especies silvestres que se encuentran amenazadas en el territorio nacional y la Ley 63 de 1986 y Ley 1185 2008 con el fin de evitar tráfico de bienes culturales. Rechaza la comercialización y tráfico ilegal de bienes culturales regionales y nacionales, Ley 103 de 1991 y su decreto 904 de 1941, ley 397 de 1997 y su decreto 833 de 2002, ley 1185 de 2008.

Resolución 3994 de 1994, de la Secretaría Distrital de Salud.	Se refiere a la obligatoriedad que hacer énfasis en promover el uso del condón en los hoteles para evitar la proliferación de factores de riesgo biológicos y/o psicológicos como pueden ser enfermedades psicosociales o enfermedades de transmisión sexual.
---	---

Fuente: Autoría propia con base a la consulta en diferentes páginas web.

**Tabla 4**

*Normatividad de decretos y certificados.*

<b>Decretos</b>	<b>Descripción</b>
Decreto 0475 de 1998.	Establece las normas reguladoras para la actividad de calidad de agua potable para el consumo humano en hoteles, es de orden público y obligatorio cumplimiento.
Certificados con protocolos anti COVID	Estos establecimientos deben ser visitados por un técnico de saneamiento y profesional en salud para revisiones sanitarias, el cual pueda dar verificación del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad e higiene en habitaciones, duchas, sanitarios, tanques de agua, etc. También se debe realizar dicha revisión al personal que allí labora y dar la orden necesaria a las personas que ingresen al hotel para el cumplimiento de las ordenes sanitarias impuestas por el gobierno.
Decreto 3075 de 1997.	Este decreto establece el sistema de protección y control de toda persona que interviene directamente o de forma ocasional en la manipulación, fabricación, procesamiento, preparación envase, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos, con los debidos utensilios y personal autorizado.
Decreto 2063 de 2018	Se relaciona con el decreto 2119 de 2018, simplificando tramites y eliminando costos asociados a la inscripción en el registro nacional de turismo. Permitiendo actividades esporádicas, especificando que personas que ofrecen servicios de alojamiento en su residencia la catalogan como actividad complementaria, no comerciantes.

Decreto 151 de  
1957

Normas especiales de protección a la industria hotelera, con el fin de evitar que personas inescrupulosas burlen el cumplimiento de sus obligaciones para con los establecimientos hoteleros.

Artículo 1º: Los propietarios, empresarios, gerentes o administradores de establecimientos hoteleros y similares, podrán solicitar el lanzamiento de aquellos clientes que resultaren insolventes, o que en cualquier forma atenten contra la seguridad, tranquilidad, salubridad y moralidad de dichos establecimientos.

Artículo 2º. De las demandas de lanzamiento previstas en el artículo anterior, conocerán los alcaldes, Corregidores o Inspectores de Policía del domicilio del respectivo establecimiento hotelero, mediante el procedimiento de que se determine en el presente Decreto.

Artículo 3º. A la solicitud escrita acompañará el interesado prueba sumaria de los hechos y si de ella aparecieren plenamente comprobados, el funcionario de Policía dictará la orden de lanzamiento a más tardar el día siguiente. El lanzamiento deberá practicarse dentro de las doce (12) horas subsiguientes a la notificación de la providencia que lo ordene, sin perjuicio de las demás peticiones de la demanda.

Artículo 4º. Las providencias de los funcionarios de la policía en las actuaciones de lanzamiento de que trate el presente Decreto son apelables de palabra en el acto de la notificación, o por escrito dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes, para el ante inmediato superior y en el efecto devolutivo, a fin de que no se suspenda la ejecución de la providencia apelada. Interpuesto en tiempo dicho recurso, debe concederse al día siguiente. El superior ordenará que el negocio sea fijado en lista por dos (2) días, para que las partes presten sus alegatos escritos, vencidos los cuales, fallará dentro de los dos (2) días siguientes.

Artículo 5°. Con el objeto de asegurar el pago de la deuda de cualquier cliente insolvente, propietarios, empresarios, gerentes o administradores de establecimientos hoteleros podrán ejercer el derecho de retención sobre equipaje y los objetos introducidos en el respectivo establecimiento, hasta concurrencia de lo que se deba por alojamiento, expensa o daños. En este caso y con la anuencia del funcionario que corresponda debe confeccionarse un inventario y practicarse un avalúo por dos peritos idóneos nombrados por él. Copias de estos inventarios y del correspondiente avalúo debe suministrarse a la autoridad de Policía que conozca el negocio. Parágrafo primero: Los mismos peritos que intervengan en el avalúo de los bienes, podrán dictar experticia en lo relativo a los daños que se denuncien.

Artículo 6°. Si pasados treinta (30) días, contados a partir de la fecha en que se hubiere ejercido el derecho de retención sobre el equipaje o los objetos, el cliente no se presentare a cancelar la obligación pendiente, los propietarios, empresarios, gerentes o administradores de los establecimientos hoteleros podrán solicitar el remate de lo retenido, el cual se efectuará dentro de los quince (15) días siguientes ante la respectiva autoridad de Policía. Con el producto del remate se pagará el valor de la deuda. El saldo si los hubiere, será depositado a favor del dueño en el Banco de la República, la Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero, o en cualquier entidad bancaria del domicilio del establecimiento hotelero según el caso, y en su defecto, en la Administración o Recaudación de Hacienda Nacional del respectivo Municipio.

Artículo 7°. Los huéspedes de los establecimientos hoteleros que con el propósito de obtener provecho ilícito de sus servicios y de burlar el derecho de retención consagrado en este Decreto, portará consigo equipajes aparentes o ficticios o emplearen otro sistema lesivo de los intereses económicos de tales establecimientos, incurrirán en arresto inmutable de dos (2) a quince (15) días, que será impuesto por los funcionarios de que trata el artículo 2°. De este Decreto, de acuerdo con el Procedimiento Penal Ordinario establecido en el respectivo Código de Policía Departamental.

	Artículo 8°. Los propietarios, empresarios, gerentes o administradores de hoteles podrán exigir a las personas que no porten equipajes, el pago anticipado de las mensualidades, quincenas, décadas o diarios, según la costumbre del respectivo establecimiento.
Decreto 2119 de 2018	Lo limita a tres modalidades de alojamiento turístico, vivienda turística y otros tipos de alojamiento. Con el fin de facilitar la formación de todas las opciones de alojamiento.
	Simplifica la información de la tarjeta de registro, de manera provisional, mientras desarrolla plataforma tecnológica, en la cual deberá incluir nombre, identificación, nacionalidad, fecha de llegada y fecha de salida del huésped.

Fuente: Autoría propia con base a la consulta en diferentes páginas web.

## 2.4. Marco teórico

### Diagnóstico Organizacional

Según Ávila (2013) es considerado el pilar sobre el cual se estructura y controla la efectividad de diferentes procesos que involucran un cambio, ya que permite obtener un conocimiento actualizado del funcionamiento de las organizaciones, con el objetivo de delimitar estrategias de mejoras y enfrentar los cambios de modo dinámico y estratégico.

Valenzuela, Ramírez, González y Celaya (2010) la definiría como el análisis que se hace para evaluar la situación de la empresa, sus dificultades, aspectos potenciales, vías eventuales de desarrollo y oportunidades de prevención.

Osorio et al. (2016) el diagnóstico organizacional recae sobre una práctica circunstancial que implica saber reconstruir funcionalmente el estado actual de una organización, donde podemos visualizar diferentes dimensiones las cuáles pueden ayudarnos a realizar una toma de decisión más objetiva y congruente con la realidad, necesidades y metas.

### Elementos para el diagnóstico organizacional

a) Información sobre la organización que se está estudiando tanto desde el punto de vista histórico, de la situación actual como de su proyección futura

b) Elementos que permiten seleccionar e interpretar esos datos y sus interrelaciones.

c) Un modelo valorativo o de preferencias que orienta la elección del tipo de realidad que es deseable para la organización estudiada. De la comparación entre estas características deseadas y la realidad surge la posibilidad de evaluación. (Góngora, 2015)

Hay una serie de herramientas que posibilitan el desarrollo de la actividad diagnóstica, son los métodos y técnicas de diagnóstico, que están basados en los métodos y técnicas de investigación social.

Según Stuhlman (2012), describe los objetivos de los métodos y técnicas de diagnósticos de la siguiente manera: reunir –ni azarosa ni mágicamente- un conjunto de información. Las reglas para lograrlo deberán ser explicitables. La ciencia es el único discurso que expone permanentemente las reglas de su propia construcción. ordenar sistemáticamente esa información. realizar inferencias que permitan obtener interpretaciones generales.

### **Competitividad**

“Es la capacidad de competir exitosamente en los mercados internacionales y frente a las importaciones en su propio territorio. Para muchos políticos y comentaristas, la competitividad se mide por un conjunto de índices cuantitativos, como los niveles de empleo y desempleo, las tasas de crecimiento de la economía o la balanza comercial.” (Rubio, L., & Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. Fondo de cultura económica.)

Morales & Pech (2000) distinguen que la competitividad se establece a distintos niveles de agregación: país, industria y empresa. Este estudio se enfoca en el nivel empresarial entendido como la capacidad para operar rentablemente en un mercado determinado (Industry Canadá, 1995).

Hasta el momento, no existe un indicador utilizado de manera general para medir la competitividad, sin embargo, la tendencia es ocupar indicadores de tipo financiero como la rentabilidad (Kim, *et al.*, 2008; Gadenne, 1998).

No obstante, algunos estudios consideran que no es una medida objetiva ya que deja a un lado aspectos relevantes de la empresa que no se ven reflejados en está, por lo que han sugerido la utilización de indicadores de tipo cualitativo (Zahra *et al.*, 2007; Okamuro, 2007).

## **Matriz DOFA**

Es un análisis de vulnerabilidad que se utiliza para determinar el desempeño de la organización ante una situación crítica específica que está afectando la empresa. El análisis DOFA en conjunto con otros estudios complementarios, permiten presentar un panorama general de la empresa dentro del medio en el cual se debe mover.

Este también se utiliza ampliamente para estudiar problemas técnicos críticos en áreas muy distintas para la cual fue diseñado inicialmente. Es así como se aplica con éxito en procesos de planta, logística, penetración de mercados, preparación de portafolios de inversión, estructuración empresarial, aplicación de políticas internas, planeación estratégica, nuevas inversiones, implementación de procesos, evaluación de nuevas tecnologías y muchos temas más. (Amaya, 2006).

### **Como realizar la matriz DOFA**

#### **1. Descripción del problema y delimitación de este**

En este aspecto se debe entrar a analizar el problema o la situación crítica que se pretende estudiar. Se podría enumerar infinidad de temas de estudio que de una u otra manera requiere una empresa analizar en algún momento de su vida productiva.

La descripción del problema a analizar debe incluir básicamente los siguientes aspectos:

A) Descripción general del problema

B) Descripción amplia y detallada de los principales aspectos que hace la situación a analizar un caso dificultad para la empresa. En este punto se deben discriminar aquellos puntos claves y críticos que hacen parte de la globalidad del problema.

C) Describir la justificación del proyecto y dejar claridad del por qué es conveniente para empresa superar la situación a estudiar. Esto es con el fin de que los participantes del proceso puedan estar seguros de las metas que se pretenden lograr y así mismo cuando ellos propongan sus ideas, estas vayan en el sentido de las metas, objetivos, políticas y lineamientos trazadas por la compañía.

## Preparación de la matriz DOFA

Esta parte del proceso se convierte en una mesa redonda donde se procede a identificar los cuatro componentes de la matriz. Los cuatro componentes de la matriz se dividen en los aspectos de índole interno que corresponden a las fortalezas y las debilidades al interior de la empresa que llevará a cabo el proyecto, y los aspectos externos, de contorno, o del medio en el que se desenvuelve la compañía. Estos últimos se refieren a las oportunidades y las amenazas.

Usualmente la matriz se presenta en un cuadro de 2 x 2, donde la columna uno y dos corresponden a las oportunidades y amenazas respectivamente. La fila superior e inferior son para las fortalezas y las debilidades respectivamente. (Amaya, 2006)

## Matriz MEFI

(Ponce, 2006) Una vez elaborada la matriz FODA, que enlista los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una organización, el siguiente paso es evaluar primeramente la situación interna de la compañía mediante la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI), como lo muestra en la tabla 5.

**Tabla 5**

### *Matriz MEFI.*

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
1. Adquisición de maquinaria moderna.	.06	4	.24
2. El margen de utilidad subió a 6.94%.	.16	4	.64
3. La moral del personal es alta.	.18	4	.72
4. Hay un sistema nuevo de informática.	.08	3	.24
5. La participación en el mercado se incrementó en 24%.	.12	3	.36
<b>DEBILIDADES</b>			
1. Demandas legales sin resolver.	.05	2	.10
2. La capacidad de la planta ha disminuido en 74%.	.15	2	.30
3. Falta un sistema para la administración estratégica.	.06	1	.06
4. El gasto para la investigación y desarrollo se ha incrementado en 31%.	.08	1	.08
5. Los incentivos para distribuidores no han sido eficaces.	.06	1	.06
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.80</b>

**Fuente:** Fred, R. David (1997) Conceptos de administración estratégica, "El marco analítico para formular estrategias", Capítulo 6, Análisis y elección de la estrategia, Quinta Edición, México, Prentice Hall Hispano Americano, p. 185

El procedimiento para la elaboración de una MEFI se constituye por cinco etapas, y la diferencia se tomará solamente para realizar la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización y los valores de las calificaciones son distintos: Es fundamental hacer una lista de las fortalezas y debilidades de la organización para su análisis, entre las que figuran:

1. Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), el peso otorgado a cada factor, expresa la importancia relativa del mismo, y el total de todos los pesos en su conjunto debe tener la suma de 1.0.

2. Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante.

3. Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.

4. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto.

### **Matriz MEFÉ**

Ponce (2006) afirma que una vez elaboradas las matrices FODA y MAFE, existen otras matrices que pueden enriquecer el análisis estratégico. La siguiente matriz es de evaluación de los factores externos observando algunos cambios con respecto a las anteriores, ya que establece un análisis cuantitativo simple de los factores externos, es decir, de las oportunidades y las amenazas mediante el siguiente procedimiento:

1. Hacer una lista de las oportunidades y amenazas externas con que cuenta la empresa.
2. Asignar un peso relativo en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante), el peso manifiesta la importancia considerada relativa que tiene cada factor, soslayando que las

oportunidades deben tener más peso que las amenazas, siendo necesario establecer que la suma de todas las oportunidades y las amenazas deben sumar 1.0.

3. Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces, el 4 es una respuesta considerada superior, 3 es una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala.

4. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.

5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión.

Resulta simple establecer que, al realizar una matriz MEFE, la forma más simple de evaluar si las fuerzas del medio ambiente externo son favorables o desfavorables para una organización, es comparar el resultado del peso ponderado total de las oportunidades, así como de las amenazas.

## **2.5. Marco conceptual**

### **Cambio Organizacional**

“Una acción planeada dentro de una organización para deshacerse de lo existente y lograr un fin que demandará nuevos retos en un entorno cambiante” (Robbins, 2001).

Por otro lado, Steward (1992) “un proceso inicialmente influenciado por fuerzas externas como: normas de calidad, leyes, reglamentos a las que se agregan fuerzas internas de la organización tales como nuevas tecnologías, nuevas estrategias, cambios de directivos y nuevos procedimientos, lo que en conjunto influyen sobre las personas a cambiar o llevar a cabo un proceso de cambio”.

Según Alfredo Marin García (2021) comuna.

Es un concepto creado y desarrollado por la teoría marxista. Se trata de una organización política, social y económica de reducido tamaño. Cuyo fin es la autogestión a través de la eliminación de las clases sociales y de la distribución comunal del trabajo. en la comuna no existen

las estructuras jerárquicas capitalistas y de mercado que operan en cualquier país capitalista. Sino que se instaura un sistema socialista en el que el poder es ostentado por los obreros.

### **Competitividad**

De acuerdo con Ferraz, Kupfer y Haguenaer (1996), La competitividad se puede definir como la capacidad de una empresa para desarrollar y ejecutar una estrategia competitiva y mantener o aumentar la participación de mercado de sus productos de manera sostenible. Estas oportunidades involucran muchos factores, sean o no controlados por la empresa, desde la formación del personal técnico y los procesos administrativos y de gestión hasta las políticas públicas, la provisión de infraestructura y las especificidades de la oferta y la demanda.

### **Comuna**

Es un término usado en Colombia para referirse a una unidad administrativa en la cual se subdivide el área urbana de una ciudad media o principal del país, que agrupa barrios o sectores determinados. La mayoría de las ciudades capitales de departamentos están divididas en comuna (Fajardo, 2005).

### **Desarrollo Organizacional**

El desarrollo organizacional es un proceso de cambios planeados en sistemas socio - técnicos abiertos, tendientes a aumentar la eficacia y salud de la organización para asegurar el crecimiento mutuo de la empresa y sus empleados. (Faria Mello ,2012)

### **Diagnóstico organizacional**

Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad. En el diagnóstico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales de una organización. Para tal efecto se utiliza una gran diversidad de herramientas, dependiendo de la profundidad deseada, de las variables que se quieran investigar, de los recursos disponibles y de los grupos o niveles específicos entre los que se van a aplicar (Meza y González. 2009).

## **Direccionamiento**

El direccionamiento implica, a largo plazo, etapas formales con objetivos, programas, actividades y recursos. El modelo clásico de Andrews (1977), incluye análisis de la situación actual, formulación, implementación, seguimiento y control; es un proceso dinámico que construye el futuro adaptándose a los cambios (Pérez, 2012). Deming (citado por Gutiérrez, 2014) afirma que desde la alta dirección se debe promover el cambio e impulsar una cultura de la calidad para la satisfacción del cliente, mediante el uso del ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) para la mejora continua y, por consiguiente, para asegurar el crecimiento y permanencia en el mercado.

## **Estrategias de mejoramiento**

Según McDowella (2016), el rendimiento de las empresas depende del enfoque estratégico utilizado, en este caso, el externo para las jóvenes y el interno para aquellas más maduras. (Mendoza, 2013) La alta gerencia debe promover una cultura de calidad en todos los niveles organizacionales y liderar procesos de cambio del talento humano y de la estrategia. (Fraj, 2013) Se deben desarrollar habilidades en la transición de una estrategia reactiva a una proactiva, lo cual implica un cambio complejo de alineación estratégica con el entorno.

## **Indicadores de calidad**

Los indicadores de gestión son expresiones cuantitativas que nos permiten analizar cuán bien se esté administrando la empresa o unidad, en áreas como uso de recursos (eficiencia), cumplimiento del programa (efectividad), errores de documentos (calidad), etc. Para medir el desempeño de una empresa o unidad ya sea en calidad, productividad, costo, seguridad, etc., necesitamos tener indicadores. La medición de la calidad y la productividad es necesaria e indispensable para conocer a fondo los procesos ya sean administrativos o técnicos, de producción o de apoyo que se dan en la empresa y para gerenciar su mejoramiento acorde con la exigente competencia actual (Rodríguez, F. Gómez, L. 1991).

## **Plan de contingencia**

“Herramienta valiosa que permite implementar medidas de tipo preventivo que aminoren o eviten la ocurrencia de accidentes, tanto del personal vinculado directamente a las labores de explotación en la arenera, como a los habitantes del área de influencia que sean vulnerables ante cualquier tipo de amenaza que provenga del proyecto”. (Gutiérrez et al., s.f.)

## **Plan de acción**

Según Uribe (2019) es el proceso para el mejoramiento continuo como procesos dinámicos en construcción, exige el fortalecimiento y desarrollo de nuevas destrezas para implementar acciones que resuelvan los problemas detectados, provisionando los recursos necesarios para asegurar la calidad.

## **Resiliencia Empresarial**

Según Dean Robb (2000), autor de Building Resilient Organizations, las organizaciones resilientes se caracterizan por “la capacidad de crear y disolver estructuras, proporcionar seguridad en medio del cambio, gestionar las consecuencias emocionales del mismo, y aprender, desarrollarse y crecer ante las dificultades”.

## **Socioeconómicos**

Para Etzioni (1988), quien sustenta que no es suficiente estudiar las decisiones económicas sobre la base del análisis de costo-beneficio. En cambio, la comunidad debe ser vista como un actor clave en el comportamiento de las personas. Una persona no actúa aisladamente y no busca su propio beneficio o placer, sino que tiene factores jurídicos y emocionales relacionados con la comunidad en la que está influyendo.

Además (1998), Ezioni cuestiona que los individuos tomen sistemáticamente las decisiones más racionales de forma aislada en comparación con los colectivos organizados. Esto significa, por ejemplo, que un comité ejecutivo puede tomar decisiones acertadas, dijo el investigador.

## **Tabulación**

Según Chávez (2004), la tabulación es una técnica que utilizan los investigadores para procesar la información recopilada a partir de herramientas que permiten organizar los datos relacionados con las variables en estudio.

## **Talento humano**

Es un conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos administrativos en cuanto a las personas o los recursos humanos, como el reclutamiento, la selección, la formación, las remuneraciones y la evaluación del desempeño (Chiavenato, 2009). Es la función de la organización que se refiere a proveer capacitación, desarrollo y motivación a los empleados, al mismo tiempo que busca la conservación de estos (Chambers, 1998).

### **3. Metodología**

#### **3.1. Paradigma**

##### **Paradigma positivista**

De acuerdo con Dobles, Zúñiga y García (1998) la teoría de la ciencia que sostiene el positivismo se caracteriza por afirmar que el único conocimiento verdadero es aquel que es producido por la ciencia, particularmente con el empleo de su método. En consecuencia, el positivismo asume que sólo las ciencias empíricas son fuente aceptable de conocimiento. El positivismo supone que la realidad está dada y que puede ser conocida de manera absoluta por el sujeto cognoscente, y que, por tanto, de lo único que había que preocuparse, era de encontrar el método adecuado y válido para “descubrir” esa realidad.

De acuerdo con Dobles, Zúñiga y García (1998) el positivismo se caracteriza por postular lo siguiente:

El sujeto descubre el conocimiento a partir de la realidad mediante los sentidos, la razón y los instrumentos que se utilizan. Aquello que es dado a través de los sentidos es tomado como algo real y el método de la ciencia en el espacio descriptivo es el único válido, con lo que se busca describir los hechos y muestras, expresadas mediante leyes, permitiendo la previsión de los hechos.

Se plantea como principio la neutralidad valorativa. El investigador se ubica en una posición neutral con respecto a las consecuencias de sus investigaciones, la verdad es una correspondencia entre lo que el ser humano conoce y la realidad que descubre. La realidad accesible se representa mediante la experiencia. El positivismo supone la existencia independiente de la realidad con respecto al ser humano que la conoce.

#### **3.2. Enfoque**

##### **Enfoque cuantitativo**

Claudio Álvaro (2017) afirmó, que esta modalidad se utiliza por medio de la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. El enfoque cuantitativo pretende

“acotar” intencionalmente la información (medir con precisión las variables del estudio, tener “foco”). El cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población.

### **3.3. Método**

#### **Método empírico analítico**

Esta propuesta está determinada por un método empírico analítico porque recolecta la información de un sector específico, en este caso el hotelero, para la comparación de datos y con estos obtener resultados estadísticos de manera concreta y verificable. Con este método se trata de evidenciar la realidad de los hechos que son verificables, cuantificables y medibles (Maite Nicuesa, 2022).

### **3.4. Tipo de investigación**

#### **Investigación descriptiva**

Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

#### **Investigación analítica**

Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos, mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

La investigación del sector hotelero se caracteriza como descriptiva analítica dado que busca proponer soluciones o estrategias a las situaciones que se presenten en el campo laboral de

las diferentes empresas, como por ejemplo y más conocida, la pandemia causante de muchas problemáticas en el sector hotelero, con el cierre de fronteras y la falta de personal turístico, esta investigación propone soluciones con diferentes actividades para realizar en el mediano plazo, conociendo a fondo dichas situaciones con una descripción exacta del problema junto con algunas pruebas de hipótesis, con las cuales se intenta dar una versión de la realidad mediante niveles profundos de conocimientos y con ello dar un análisis en el diagnóstico realizado para corregir las inconformidades que hayan en dicho sector.

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

De acuerdo al boletín estadístico 2019: Movimiento del registro público de la cámara de comercio de Pasto, “El sector de servicios de alojamiento y servicios de comida está conformado por 473 establecimientos” (Cámara de comercio de Pasto, 2019).

Catalogadas de la siguiente forma:

**Tabla 6**

*Hoteles de la ciudad de Pasto.*

Actividad	Pequeña	Micro	Total
Alojamiento	3	470	473

**Nota:** Entre enero y con corte a 31 de diciembre del 2019 se encuentran 473 hoteles en la ciudad de Pasto, **Fuente:** Tomado de cámara de comercio de Pasto (2019)

#### 3.5.2. Muestra

Se realizó a partir de 95 propietarios los cuales fueron seleccionados dependiendo del reconocimiento y popularidad que tienen en la ciudad o de los demandantes.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

N = 473 Hoteles en la ciudad de Pasto.

$$n = \frac{473 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,09)^2(473) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 94,8 \rightarrow 95$$

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

#### Fuentes primarias

Como instrumento se tomó la encuesta, la cual permitió recolectar datos de manera cualitativa y cuantitativa con el fin de hacer un análisis, con el que se realizaron conclusiones para solventar los interrogantes. Se aplicó un cuestionario tanto virtual como físico en la medida de lo posible, en el que se basaron en los propietarios de los hoteles en la comuna 1 de la ciudad de Pasto.

#### Fuentes secundarias

- COTELCO
- Trabajos de grado
- Artículos

#### Fuentes Terciarias

- Internet

#### *Instrumento*

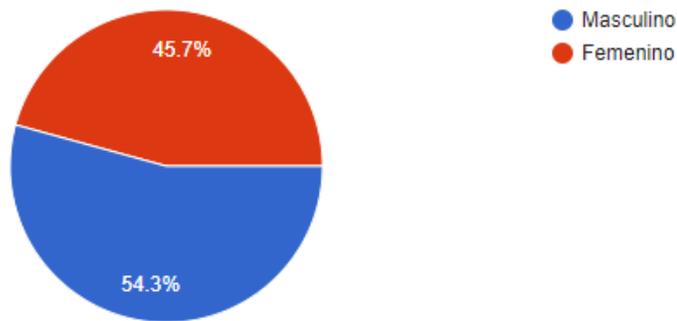
Encuestas a los propietarios de los hoteles de la comuna 1 en la ciudad de Pasto.

## 4. Resultados de la investigación

### 4.1. Diagnóstico del sector hotelero de la comuna 1 de la ciudad de Pasto

**Figura 1**

***Género***

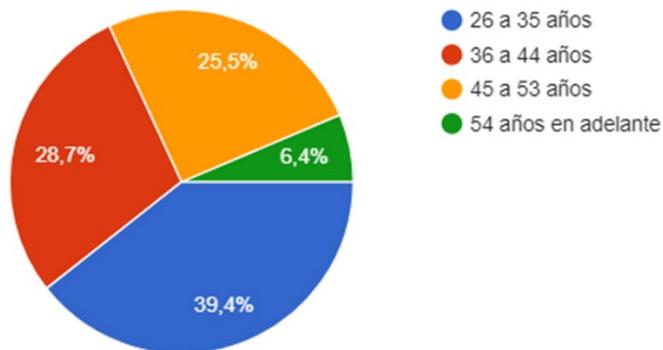


*Fuente:* Autoría propia.

Se evidencia que, en el sector hotelero, la zona administrativa se encuentra más abordada por personal masculino, pero también se observa un alto porcentaje en las mujeres que administran estos establecimientos, lo cual deja ver que hay una diferencia mínima en el entorno laboral de este sector de aproximadamente un 10% de diferencia.

**Figura 2**

***Edad***

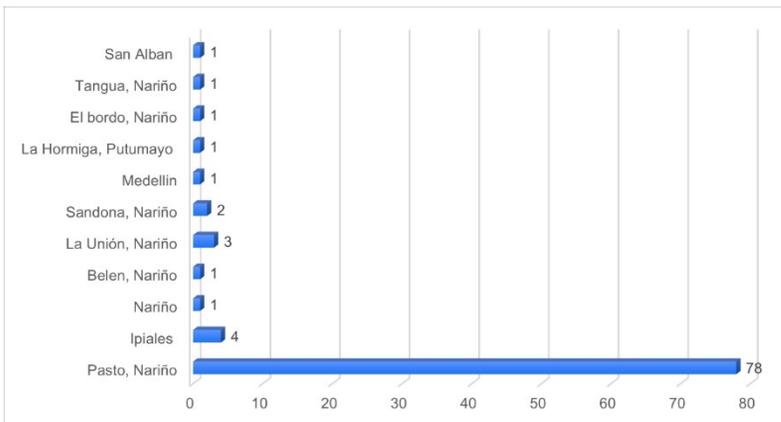


*Fuente:* Autoría propia.

La figura muestra el rango de edad de las personas que dieron respuesta en el momento de ser encuestadas, dando un resultado mayor en las personas de 26 y 35 años, en segundo lugar, a personas de 36 y 44 años, siguiendo con personas entre los 45 y 53 años y por último con una cifra muy mínima a personas con más de 54 años en adelante.

**Figura 3**

***Lugar de nacimiento***

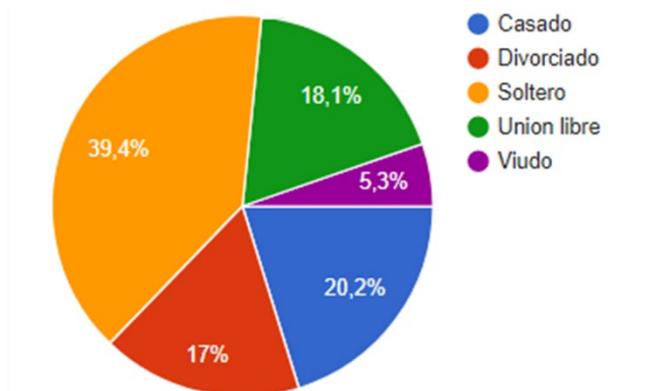


*Fuente:* Autoría propia.

Se observa en los resultados que la mayor parte de las personas encuestadas son de localidad pastusa, otra pequeña parte de ellos de localidad Ipialeña y otros de la localidad de La Unión, la otra parte de las personas hace parte en una muy mínima porción de los demás alrededores del departamento de Nariño.

**Figura 4**

***Estado civil***

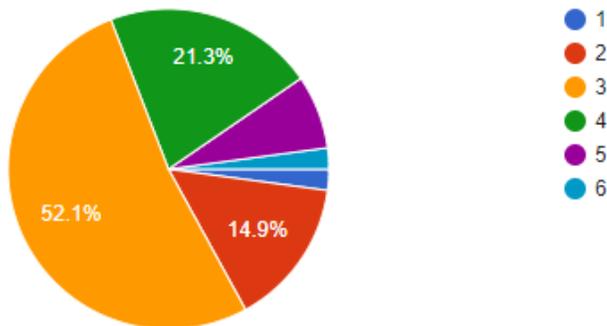


*Fuente:* Autoría propia.

Los resultados en este caso dejan evidenciar notablemente que la mayor parte de la población encuestada no se encuentra dentro de una relación matrimonial, otra parte de ella se encuentra dentro de un matrimonio, de igual forma se ve que también existe un porcentaje de individuos dentro de una unión libre, seguido por una población que se encuentra divorciada de su pareja y de ultimo por personal quienes han perdido a su pareja por causa de muerte.

**Figura 5**

*Estrato*

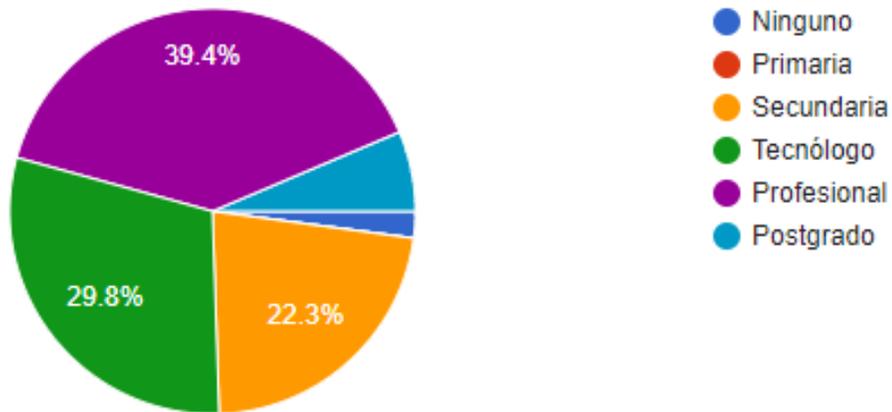


*Fuente:* Autoría propia.

Gran parte de los administradores del sector hotelero que fueron encuestados pertenecen a una clase social de estrato 3, luego están las personas que pertenecen al estrato 4 seguido de las personas de estrato 2, estas cifras son las que en mayor rango se encuentran ya que por debajo de ellas se encuentran los estratos 5, 6 y 1 en una escala muy menor en comparación a las otras.

**Figura 6**

*Nivel de estudio*

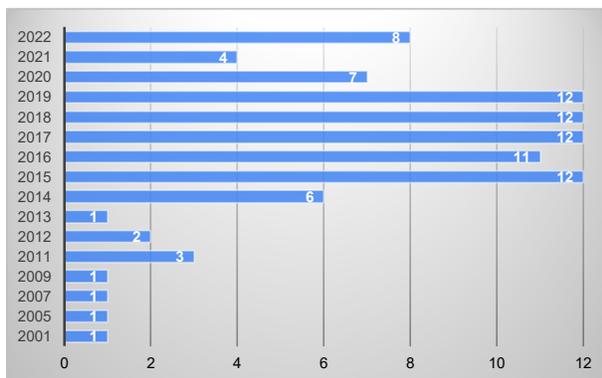


**Fuente:** Autoría propia.

La mayor parte de la población posee estudio profesional en cualquier campo, otra parte tiene estudios tecnólogos y otra solo estudios secundarios, el resto de los encuestados tienen un postgrado y una mínima parte no obtuvo estudio alguno.

**Figura 7**

*Año de apertura*

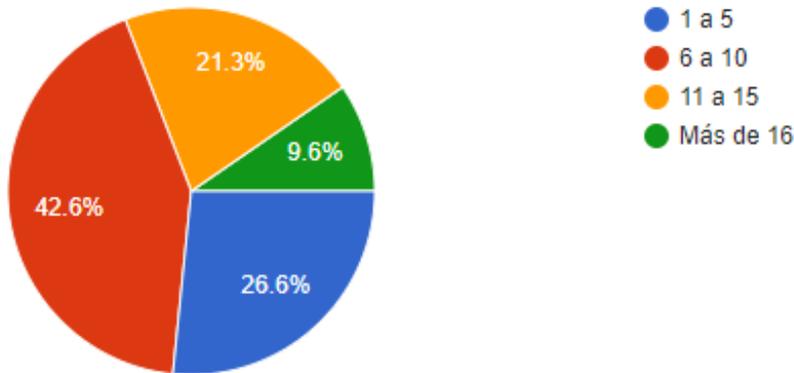


**Fuente:** Autoría propia.

Los resultados muestran que el 10.6% de los encuestados dieron apertura a sus hoteles en ellos años entre 2000 y 2013. Entre los años 2014 y 2019 hubo un porcentaje de 62.7% en las aperturas de hoteles, siendo los años con mayor índice de aperturas. Y entre el 2020 y 2022 se dieron aperturas al 26.7% de hoteles de los encuestados en esta comuna.

**Figura 8**

*Empleos directos*



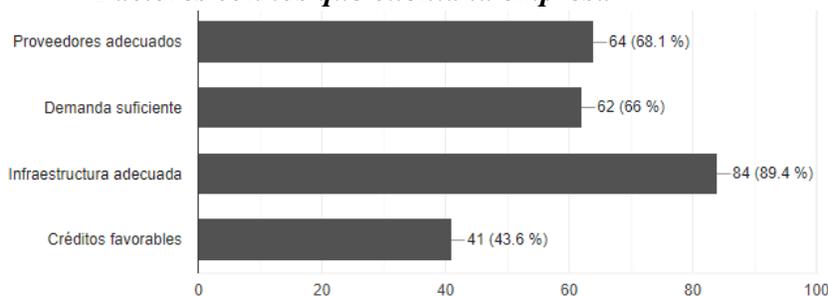
*Fuente:* Autoría propia.

Se logro identificar que la mayoría de hoteles encuestados cuentan con un rango de empleos directos entre 6 a 10 personas, con lo que afirman que es suficiente para poder llevar a cabo las actividades diarias. Y a pesar de existir otras tareas, no exigen un personal de tiempo completo y pueden ser ejecutadas por un tercero de manera no tan frecuente.

**4.2. Factores competitivos del sector hotelero**

**Figura 9**

*Factores con los que cuenta la empresa*



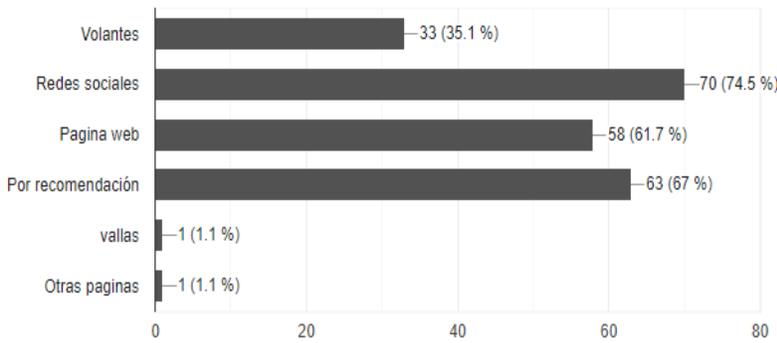
*Fuente:* Autoría propia.

La figura muestra que las diferentes organizaciones cuentan, en mayor potencial con una infraestructura adecuada para los clientes que adquieran el servicio, también con proveedores adecuados que hace que el lugar sea cómodo para satisfacer las necesidades de los usuarios, como

se refleja en la demanda suficiente, pero no todas poseen la ventaja competitiva de tener créditos favorables.

**Figura 10**

***Publicidad del hotel***

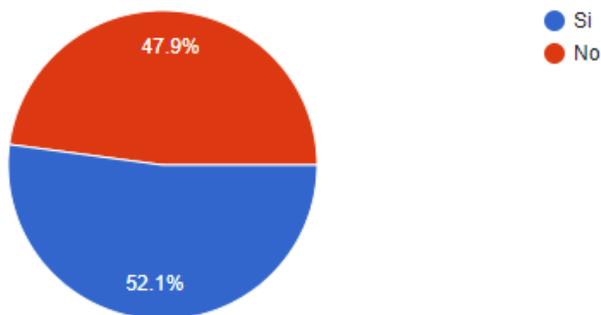


*Fuente:* Autoría propia.

La mayoría de los hoteles han optado por dar su parte publicitaria por medio de redes sociales que es lo que más se mueve hoy en día, el mundo ya es un lugar digital. De igual manera las páginas web no se quedan atrás, mientras que algunos han conseguido generar más publicidad por medio de las recomendaciones de los usuarios que de pronto ya hayan adquirido el servicio de los hoteles; muy pocos, por el contrario, siguen usando volantes u otras páginas para promocionar su publicidad.

**Figura 11**

***Asesoría y asistencia técnica***

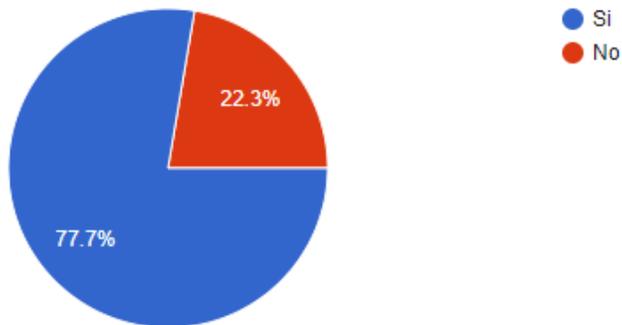


*Fuente:* Autoría propia.

Son, en mayor cantidad, el número de administradores que han adquirido asesorías y asistencia técnica para mejorar sus estrategias y con ello hacer crecer de mejor forma su organización, pero como se observa en la gráfica, los resultados no tienen un resultado de mucha diferencia.

**Figura 12**

*Uso de marketing digital*

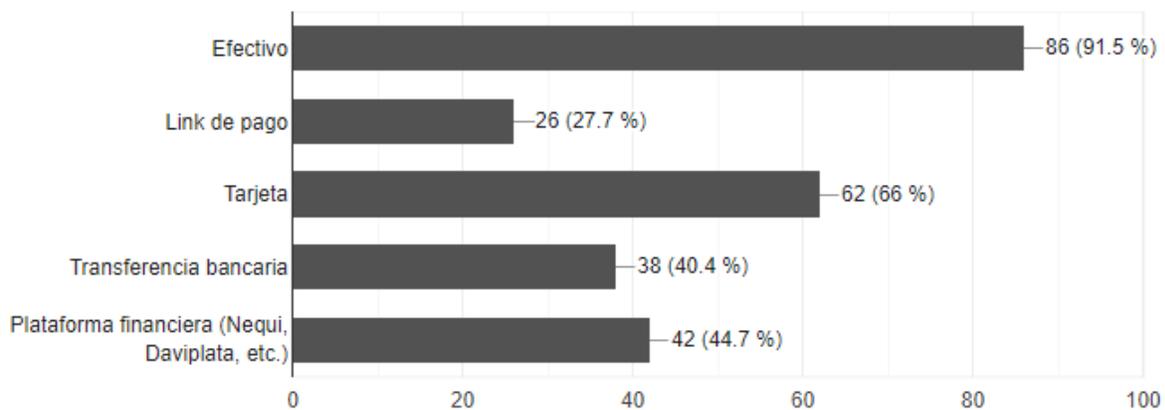


*Fuente:* Autoría propia.

En la figura se deja saber que muchas organizaciones ya tienen en su conocimiento acerca del marketing digital, que en los tiempos actuales es lo que más mueve al mundo, como se puede observar son muy pocas las organizaciones que no están al tanto de esto o que no le dan mucho uso o importancia.

**Figura 13**

*Formas de pago durante pandemia de Covid-19*

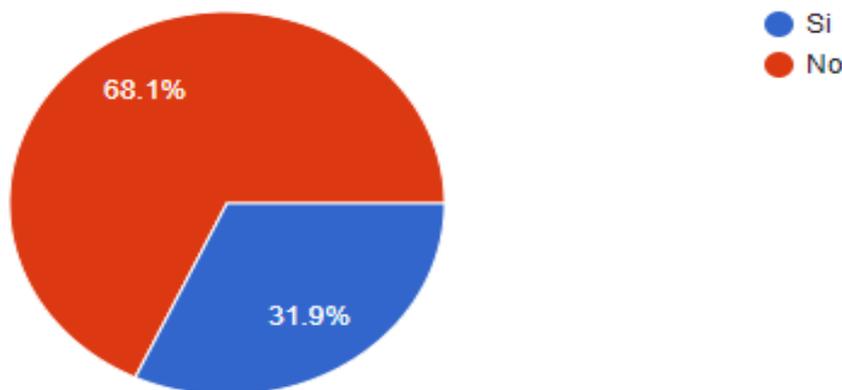


*Fuente:* Autoría propia.

La figura muestra que las organizaciones han acudido al medio de pago tradicional que es el pago en efectivo, mientras que algunas otras en mayor instancia acudieron mejor a la forma de pago con tarjeta y en menor cantidad, otras organizaciones acudieron a los medios de plataforma financiera, transferencias y links de pago.

**Figura 14**

*Huéspedes con síntomas de coronavirus*

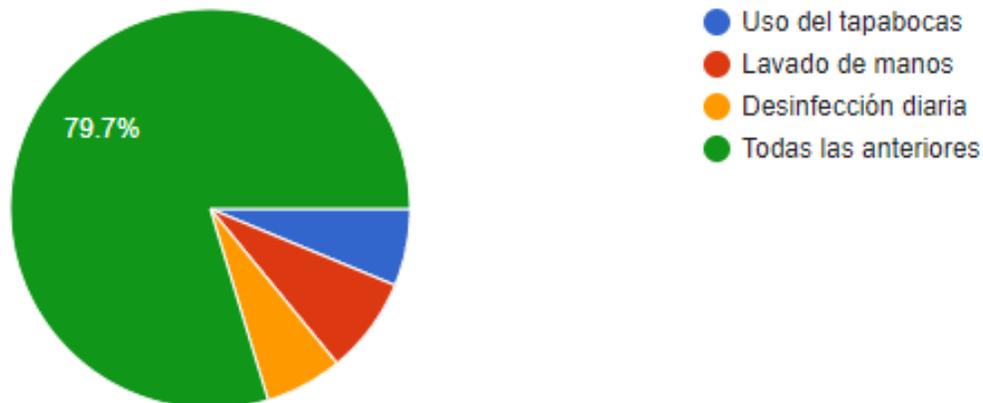


*Fuente:* Autoría propia.

Se concluye que a pesar de la situación de pandemia hubo hoteles que decidieron seguir adelante con su funcionamiento, obviamente cumpliendo las exigencias que impuso el gobierno. Sin embargo, la mayor parte del sector hotelero decidieron desistir de un funcionamiento normal, ya que afirmaron que seguir con normalidad exigía una intervención más exhaustiva por parte de los administrativos y existieron decisiones radicales a las que tuvieron que acudir una de ellas fue un recorte de personal eminente y una vez se logró retomar las actividades se vieron en la obligación de recurrir a un recorte en gastos sobre los productos para el mantenimiento de este.

**Figura 15**

*Protocolos de bioseguridad utilizados en el hotel*

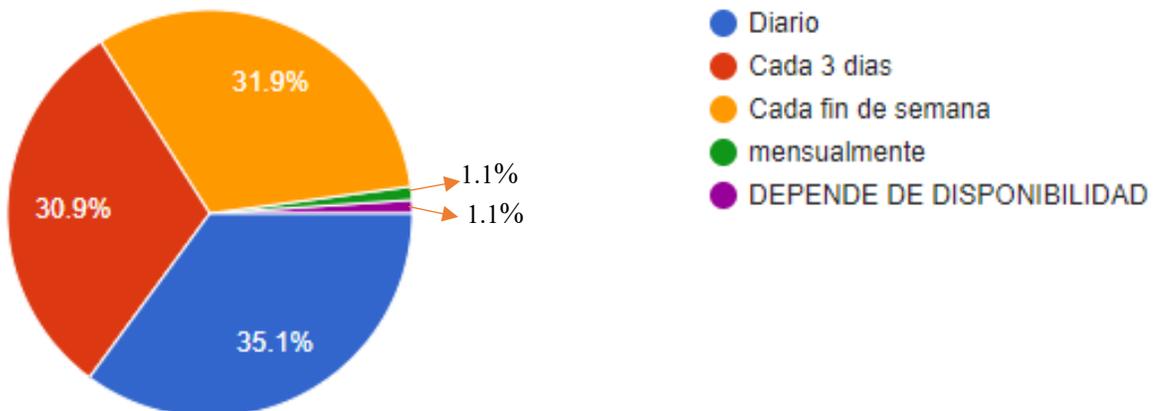


*Fuente:* Autoría propia.

Durante la pandemia fue evidente que se tenía que recurrir a protocolos y a pesar de que se establecieron como obligatorios, existían entidades las cuales solo recurrían a unas exigencias mínimas, como es este caso la mayoría afirma que contaba con todos los protocolos exigidos, una pequeña fracción confeso que solo recurrió a el uso del tapabocas por la razón que existía un mercado muy reducido a lo cual no se podía desvalorizar por ende se optaba pasar por alto estos incumplimientos.

**Figura 16**

*Estrategias de publicidad.*

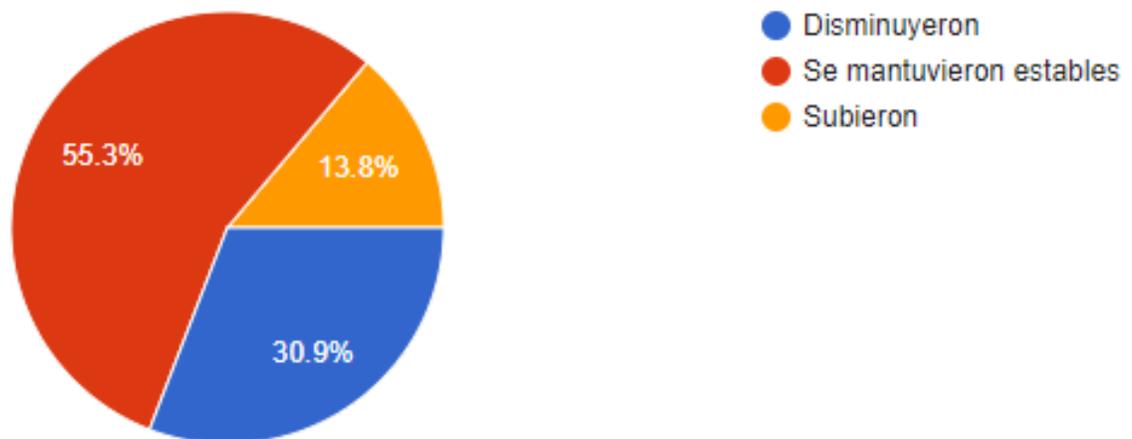


*Fuente:* Autoría propia.

Se observa que la mayoría de las organizaciones realizan estrategias publicitarias diariamente, es un porcentaje menor cada 3 y en otro porcentaje menor cada fin de semana, también hubo porcentajes muy mínimos que demuestran que las organizaciones realizan las estrategias mensualmente y otras dependiendo de su disponibilidad.

**Figura 17**

***Precio de los servicios durante confinamiento***

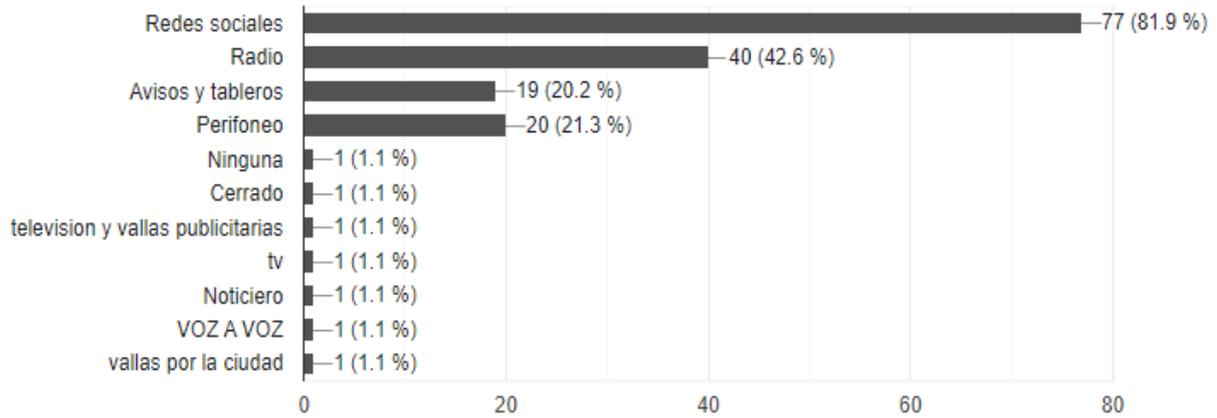


*Fuente:* Autoría propia.

Según la figura, a pesar de que en confinamiento hubo una gran reducción de ingresos en el sector hotelero, más de la mitad de los encuestados decidieron dejar estables sus precios, mientras que un poco menos de la otra mitad los redujeron y la parte restante decidió subir sus precios.

**Figura 18**

*Estrategias de publicidad durante confinamiento*

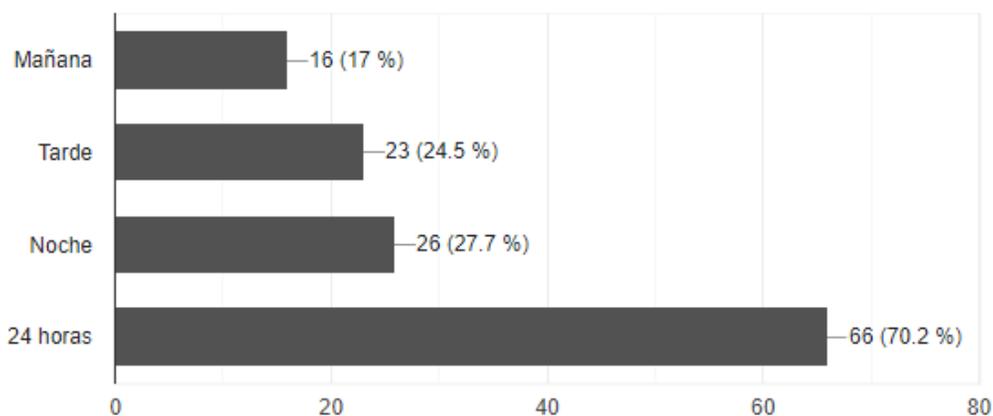


*Fuente:* Autoría propia.

Se muestra que el 81.9% de las organizaciones encuestadas utilizan o utilizaron las redes sociales para manejar su publicidad, mientras en un menor grado otras usaron radios, avisos y perifoneo, y muy muy pocas utilizaron otros medios que son los que se muestran en la figura.

**Figura 19**

*Jornadas de atención durante confinamiento*

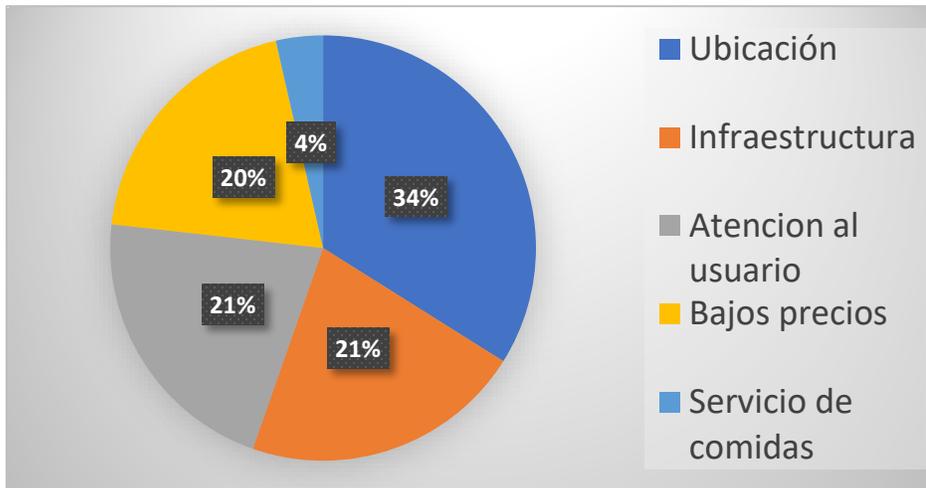


*Fuente:* Autoría propia.

A pesar de la época de confinamiento y de todas las normas que se impusieron para las personas y para muchos establecimientos, la mayor cantidad de hoteles siguieron trabajando 24 horas como se observa en la gráfica, mientras que otras trabajaron en jordanas diferentes.

**Figura 20**

*Ventajas competitivas*

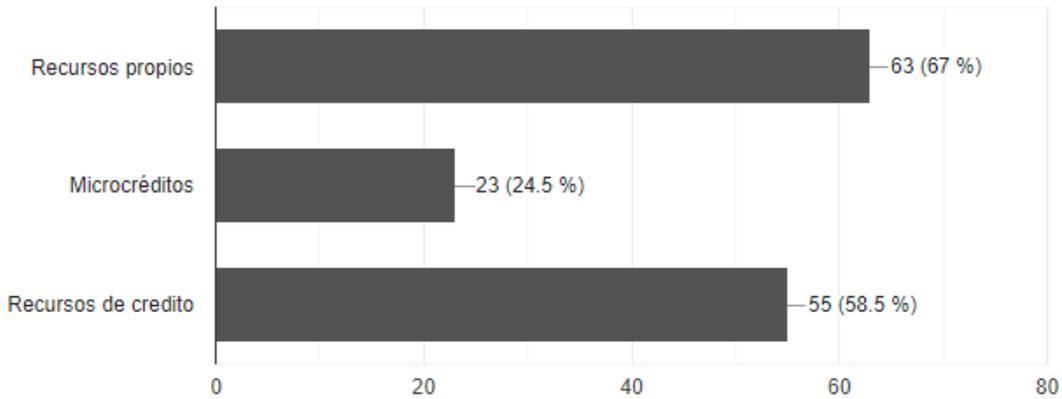


*Fuente:* Autoría propia.

Las organizaciones cuentan con algunas ventajas competitivas, las cuales se nombran anteriormente y de lo cual se puede concluir que muchas de ellas poseen ventaja en su ubicación, otra ventaja de menor porcentaje es su infraestructura y atención al usuario, otras poseen precios bajos y otras pocas un servicio de comidas.

**Figura 21**

***Recursos que sostienen la empresa***

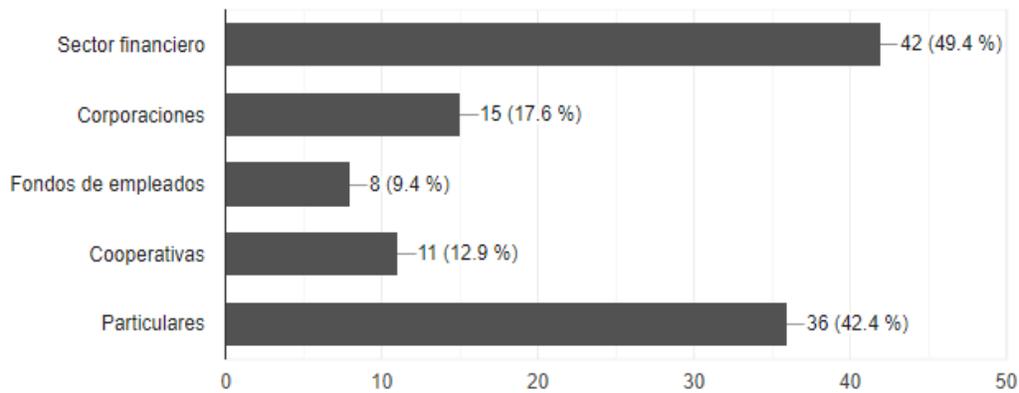


*Fuente:* Elaboración propia.

Se observa que los recursos usados para dar pie a la organización fueron en la mayoría dados por cuenta propia de los dueños del establecimiento; sin embargo, obtuvieron recursos de fuentes crediticias y un porcentaje bajo en microcréditos realizados por los dueños.

**Figura 22**

**Recursos de crédito**



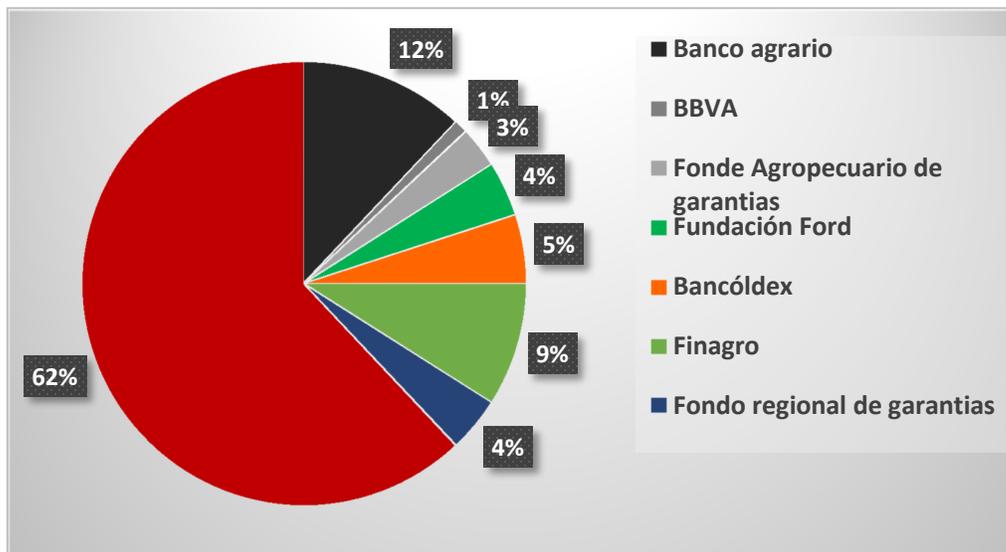
*Fuente:* Autoría propia.

Con base en la información obtenida se afirma que la fracción que recurrió a adquirir un crédito lo realizó mediante un sector financiero a través de bancos locales, sin embargo, estas entidades no les brindaron todo el presupuesto requerido, por esa razón optaron por recurrir a

préstamos mediante particulares, aclarando que entre estos se encontraban familiares y amigos cercanos.

**Figura 23**

*Entidades de solicitud de créditos*



*Fuente:* Autoría propia.

Gran parte de la población no utilizó ninguna entidad para la solicitud de créditos, pero cierta población sí utilizó estos medios, como el Banco agrario y Finagro. El resto de la población hizo uso de ciertas entidades, pero a un porcentaje muy bajo.

### **4.3. Estrategias de mejoramiento para el sector hotelero**

- Enfoque en la seguridad y la salud: Los hoteles deberían seguir enfocándose en garantizar la seguridad y la salud de los huéspedes y el personal.
- Ofertas y promociones: Los hoteles podrían ofrecer ofertas y promociones atractivas para atraer a los huéspedes de vuelta. Esto puede incluir paquetes de estadía con descuentos, paquetes de alimentos y bebidas incluidos, entre otros.
- Enfoque en el turismo local: A medida que las restricciones de viaje pueden seguir vigentes en algunos lugares, los hoteles podrían enfocarse en el turismo local. Esto puede incluir la promoción de actividades y eventos locales, así como la oferta de tarifas especiales para residentes locales.
- Uso de tecnología: Los hoteles podrían usar más tecnología para mejorar la experiencia de los huéspedes. Esto puede incluir el uso de aplicaciones móviles para reservar habitaciones y servicios, la utilización de la inteligencia artificial para personalizar la experiencia de los huéspedes y el uso de sistemas de pago sin contacto.
- Mejora de la experiencia de trabajo: Los hoteles podrían mejorar la experiencia de trabajo de su personal, lo que podría llevar a una mayor satisfacción del personal y una mejor atención al cliente. Esto puede incluir la inversión en tecnología y capacitación para el personal, así como la mejora de las condiciones de trabajo y los salarios.

**Tabla 7**

*Estrategias de mejoramiento.*

No. E	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	INDICADOR	TIEMPO	COSTO
E1	Uso de las tecnologías	Ofrecer reservas en línea, Eleva las ventas del hotel y la experiencia del cliente.	Recepcionista	Número de clientes nuevos	Equipo de desarrollo de software y diseño (Entre 3 a 6 meses)	Software: \$3.500.000 Diseño: \$1.500.000
		Sistema de automatización, reducen costos y mejora la eficiencia de tareas como el check-in y el check-out	Recepcionista	Tiempo en comparación al realizar la tarea.		
		Ofrecer servicios en línea, Solicitar servicios inmediatos que presta el hotel.	Asistente	Clientes satisfechos.		
		Implementar sistemas de seguridad, proteger los clientes.	Administrador	Número de incidentes.		

		Experiencia personalizada	Administrador	Buena acogida		
E2	<b>Mejora de la experiencia de trabajo</b>	Realizar actividades cada determinado tiempo, diferentes al trabajo, en días festivos que conlleven a la integración del equipo de trabajo.	Talento Humano y empresas contratadas.	Número de actividades a realizar / 1 cada dos meses	Mensual (1 semana para su ejecución)	<b>Actividades recreativas:</b> \$35.000 (por cada colaborador) <b>Tecnologías:</b> \$1.000.000 – \$5000.000 <b>Bonificaciones:</b> \$200.000 <b>Dotación:</b> \$100.000 (Por cada colaborador)
		Invertir en tecnologías necesarias, eléctricas o análogas, para el buen manejo de la organización y su servicio.	Administrador	Numero de cambios tecnológicos / cada año	Mensual (1 semana para su ejecución)	
		Bonificaciones para empleados que ayuden a dar reconocimiento al lugar.	Talento Humano.	numero de entrega de bonificación / 3 por cada mes	Mensual (1 semana para su ejecución)	
		Dotación necesaria para el desarrollo de actividades.	Administrador	Número de días para cambio de	Mensual (1 semana para su ejecución)	

				dotación / cada 2 años		
E3	<b>Enfoque en la seguridad y la salud</b>	Tener una gran cantidad de inventario como cobijas, almohadas, toallas y de más elementos, en buenas condiciones de higiene.	Administrador	Número de elementos por habitación/ 6 artículos de cada uno	Trimestral (1 o 2 semanas para su correcta ejecución)	<b>Inventario:</b> \$280.000 (por habitación) <b>Servicio de aseo:</b> \$20.000 (por habitación) <b>Elementos desechables:</b> \$5.000-\$15.000
		Realizar buen servicio de aseo a empresas prestadoras del mismo, para que se mantenga el control de virus y bacterias que puedan generar graves enfermedades.	Empleada servicio de aseo	Numero de rotaciones por piso/ 2 o 3 veces	bimensual (1 semana para su correcta ejecución)	
		Optar por el manejo de elementos personales desechables o que se puedan usar solo una vez.	Administrador	Número de accesorios desechables/ 5 por cada habitación	diariamente (10 minutos por habitación)	

		Cubrir superficies de mayor contacto con plástico o vidrio para la facilidad de limpieza.	Conserje	Número de días para cambio de plásticos/ 3 días en semana	bimensual (1 semana para su correcta ejecución)	
E4	<b>Enfoque en el turismo local</b>	Marketing digital, con la ayuda de las redes sociales y/o plataformas digitales	Área de publicidad	Visitas al hotel, cotizaciones y el reconocimiento del mismo	Semanalmente	<b>Marketing digital:</b> \$20.000 (por cada 1000 visitantes al sitio) <b>Personal capacitado:</b> \$5.000.000 - \$10.000.000
		Convenios con los cuales se pueda ampliar servicios como; restaurantes, guías turísticos y proveedores de transporte	Administrador	Cientes satisfechos, frecuencia de clientes.	Mensual (1 semana para su ejecución)	
		Personal capacitado teniendo un amplio conocimiento para alcanzar una actitud positiva a la hora del servicio al cliente	Administrador	Con buenas referencias brindadas por los clientes.	Trimestral (1 o 2 semanas para su correcta ejecución)	

E5	Ofertas y promociones	Regalar bonificaciones a quienes reincidan en el hospedaje del hotel por más de 5 veces en el mes.	Jefe de Marketing	Satisfacción del cliente y la recurrencia del mismo	Mensual (1 semana para su ejecución)	<b>Bonificación a clientes:</b> \$130.000 (valor de una habitación)
		Descuentos en el precio de habitaciones premium cada determinado tiempo.	Jefe de Marketing	Fidelidad de clientes	Mensual (1 semana para su ejecución)	
		Servicio especial en habitaciones senior, cuando el servicio sea requerido por más de dos noches.	Jefe de Marketing	Preferencia de los clientes	Mensual (1 semana para su ejecución)	
		Incentivos para clientes al azar, cada determinado número de visitas.	Jefe de Marketing	Entusiasmo de los clientes por la sensación de ganar	Mensual (1 semana para su ejecución)	

## Conclusiones

1. Se conoce que la pandemia fue un golpe muy trágico para todo tipo de economía en el mundo, la cual llevo a muchas empresas a cerrar sus puertas a los clientes y a algunas otras a encontrar nuevos métodos para mantenerse en el mercado. El fin de esta investigación es poder ayudar al sector hotelero a sobrevivir en el mercado ante futuras amenazas, basándose en el uso de estrategias idóneas y eficientes, fundamentadas en las que fueron usadas por una pequeña parte del sector, que dejaron como resultado el prevalimiento de esta en el mercado y adoptando un estado de mejoramiento continuo para que su organización logre subsistir ante tales amenazas.
2. Como se observó en los resultados de las encuestas realizadas a los gerentes y administrativos de los diferentes hoteles visitados en la comuna 1, muchos de ellos fueron capaces de cumplir con el objetivo de mantenerse en el mercado a pesar de la gran crisis económica que trajo la pandemia COVID 19, utilizando estrategias de marketing, cambiando sus hábitos normales de trabajo, haciendo uso de tecnologías e incluso usaron el endeudamiento a su favor, puesto que por parte del gobierno existió un apoyo viéndose reflejado en préstamos sin intereses y en la espera del pago de impuestos. Reduciéndoles preocupaciones económicas y otorgándoles una brecha para poder regirse a los nuevos alineamientos de sanidad.

## **Recomendaciones**

1. El sector hotelero debe estar pendiente de situaciones a las cuales pueda aprovechar para atraer usuarios de diferentes lugares del departamento que lleguen a la ciudad de Pasto en busca de turismo o actividades de recreación como deportes, bailes, presentaciones, etc. Todos estos escenarios le servirán para atraer más clientes y ser reconocidos en la prestación de su servicio, también saber que deben mejorar en la para así poder fidelizar clientes en tiempos futuros.
2. Siempre tener un plan de contingencia que ayude a solventar la falta de ingresos dado el caso en que se presente otra crisis económica o de productos. Al tomar esta manera de resguardo, el sector hotelero podría seguir en funcionamiento y no tener que cerrar sus puertas como lo sucedido en la pandemia de COVID 19. Mantener una amplia gama de inventario es una buena forma de cumplir con esta estrategia, de igual modo esto puede prestarse para ofrecer una buena experiencia de la prestación de servicio.
3. Ser consientes de las necesidades y/o requerimiento de los usuarios, procurando que se ajusten a sus expectativas, con el fin de crear una experiencia grata y satisfactoria. Y al mantenerse con los estándares de calidad se obtendrá el reconocimiento merecido tanto por los clientes como de la region.

## Referencias

- Armador, V. y Gianfranco, M. (2018). Estrategias de reactivación y nuevas tendencias del sector hotelero durante la pandemia del Covid-19. [TRABAJO DE INVESTIGACIÓN Para optar el grado de bachiller en Hotelería y Administración, UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS] Archivo digital. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658572/Vigo\\_AD.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658572/Vigo_AD.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- COTELCO, (S.F). Eventos y Convenciones. <https://www.cotelconarino.org/eventos-y-convenciones.html>
- Díaz, G., Beatriz E., Tarapuez, E., Hernández P., Ramiro. (2017). *Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicios*. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 22, núm. 80, Universidad del Zulia, Venezuela. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967004/29055967004.pdf>
- Drucker, P. (2002). La gerencia: Tareas, responsabilidades y prácticas.
- Fernández, R. (2018). La sostenibilidad en Meliá Hotels International [Trabajo de investigación de bachiller en Administración de Empresas. Universidad de Piura] Archivo digital. [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8368/PORTOCARRERO%20YB A%C3%91EZ%20STHEFANN%20GIANNI\(FILEminimizer\).pdf?sequence=1](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8368/PORTOCARRERO%20YB A%C3%91EZ%20STHEFANN%20GIANNI(FILEminimizer).pdf?sequence=1)
- Grupo Atico34, (2020). Que es un plan de acción y como diseñarlo en 5 pasos. [https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/8912/Diagnostico\\_Zamora noChavez\\_Flavia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/8912/Diagnostico_Zamora noChavez_Flavia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar, "*Capítulo 1. Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*" en Metodología de la investigación, sexta edición, McGraw Hill Education, México, 2014, pp.2-21. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Lopera Echavarría, J. D.; Ramírez Gómez, C.; Zuluaga Aristizábal, M.; & Ortiz Vanegas, J. (2010). *El método analítico como método natural*. Euro-Mediterranean University

- Institute. Roma, Italia. Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25 (num.1). <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Lopera, J., Ramírez, C., Zuluaga, M. y Ortiz, J. (2010). *El método analítico como método natural* *Critica de ciencias sociales y jurídicas*. 25. [http://repositorio.udea.edu.co/bitstream/10495/5501/1/LoperaJuan\\_2010\\_M%c3%a9todoAnal%c3%adticoM%c3%a9todoNatural.pdf](http://repositorio.udea.edu.co/bitstream/10495/5501/1/LoperaJuan_2010_M%c3%a9todoAnal%c3%adticoM%c3%a9todoNatural.pdf)
- Meza Cascante, L. G. (2015). *El paradigma positivista y la concepción dialéctica del conocimiento. Revista Digital: Matemática, Educación E Internet*, 4(2). <https://revistas.tec.ac.cr/index.php/matematica/article/view/2296>
- Meza, L. (S.F). *El paradigma positivista y la concepción dialéctica del conocimiento*. Instituto tecnológico de Costa Rica. <https://revistas.tec.ac.cr/index.php/matematica/article/view/2296/2087>
- Minsalud, (S.F). Revisión de oficio del registro sanitario [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf)
- Minsalud, (S.F). vigilancia y control. [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf)
- Monsalve., Hernández., González., Bedoya. (2020), *Estrategias para fortalecer la ocupación hotelera: estudio de caso en una cadena de la ciudad de Medellín*. <https://www.redalyc.org/journal/1942/194264514011/html/>
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: *Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Recuperado el 11, 2018. [https://www.academia.edu/8101101/Conozca\\_3\\_tipos\\_de\\_investigacion](https://www.academia.edu/8101101/Conozca_3_tipos_de_investigacion)
- Nicuesa, M. (oct. 2022). Definición de Método Empírico Analítico. Definición ABC. Desde <https://www.definicionabc.com/ciencia/metodo-empirico-analitico.php>
- Nidos Travel Propiedad Y Turismo, (S.F), Marco legal sector turismo <https://nidostravel.com/wp-content/uploads/2019/04/MARCO-LEGAL-TURISMO.pdf>

- Obando, A. (2010). *Debilidades del turismo rural en Pasto*. DEBILIDADES DEL TURISMO RURAL EN PASTO (arturobando.blogspot.com)
- Revista Venezolana de Gerencia, (2017). Estrategia de calidad en empresas colombianas de servicios. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967004/29055967004.pdf>
- Rodríguez, F. y Gómez Bravo, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad en la empresa (1era edición)*. Editorial Nuevos Tiempos. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/863/Indicadores%20de%20calidad%20y%20productividad%20en%20la%20empresa.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, F., & Gómez Bravo, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad de la empresa*. Caracas: CAF. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/863?show=full>
- Secretaria distrital de salud de Bogotá, (S.F). Identificación de factores de riesgo. <http://www.saludcapital.gov.co/sitios/VigilanciaSaludPublica/Protocolos%20de%20Vigilancia%20en%20Salud%20Publica/Moteles%20Hoteles%20y%20Residencias.pdf>
- Sotelo, L. (2015). *Competitividad En La Gestión Humana De Las Empresas De Familia Del Sector Hotelero De Pasto* [Trabajo para optar al título de Magister en Gerencia del Talento Humano, Universidad de Manizales]. Archivo digital. <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2431>
- Ticona, J. (2021). *Resiliencia Empresarial Frente Al Desempleo Provocado Por El Covid-19 En Los Hoteles De Huaraz – 2020* [Para Optar El Título Profesional De Licenciado En Administración, Universidad Señor de Sipán]. Archivo digital. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8721>
- Tribunal administrativo de Santander, (2012). Decreto 475 de 1998. [https://www.consejodeestado.gov.co/documentos/boletines/97/AC/68001-23-15-000-2002-01962-01\(AP\).pdf](https://www.consejodeestado.gov.co/documentos/boletines/97/AC/68001-23-15-000-2002-01962-01(AP).pdf)
- Vallejo Chávez, L. (2016). *Gestión del talento humano*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Instituto de Investigaciones. Riobamba, Ecuador. <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

Vallejo, L. (2016). *Gestión del talento humano*. La Carola editores.  
<http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

Zamorano, (2020). *Diagnostico organizacional* [Para Optar El Título Profesional De Licenciada en psicología, Universidad Peruana Cayetano Heredia] Archivo digital.  
[https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/8912/Diagnostico\\_Zamora noChavez\\_Flavia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/8912/Diagnostico_Zamora%20noChavez_Flavia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Anexos

### Anexos A

#### *Encuesta dirigida a los propietarios del sector hotelero.*

**UNIVERSIDAD CESMAG**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**Objetivo:** Identificar las problemáticas y estrategias que presentan los hoteles de la comuna 1 de la ciudad de Pasto. Los datos recogidos serán estrictamente confidenciales, con utilidad académica, y no tienen fines fiscales ni pueden ser utilizados como prueba judicial en cumplimiento del Artículo 5° de la Ley 79 de 1993. Los resultados de la encuesta serán presentados de manera agregada y a nivel del sector al que la empresa pertenece.

#### **Información demográfica:**

1. Cuál es su género

- A) Femenino
- B) Masculino

2. En que rango de edad se encuentra

- A) 26 a 35 años
- B) 36 a 44 años
- C) 45 a 53 años
- D) 54 años en adelante

3. Lugar de nacimiento

Municipio \_\_\_\_\_ Departamento \_\_\_\_\_

4. Estado civil

- A) Casado
- B) Divorciado
- C) Soltero
- D) Unión Libre
- E) Viudo

5. Estrato al que pertenece

- |      |      |
|------|------|
| A) 1 | D) 4 |
| B) 2 | E) 5 |
| C) 3 | F) 6 |

6. Nivel de estudios

- |                          |                |
|--------------------------|----------------|
| A) Ninguno               | D) Tecnología  |
| B) Primaria              | E) Profesional |
| C) Secundaria            | F) Postgrado   |
| G) Otro ___ ¿Cuál? _____ |                |

### Información sobre la empresa

7. Nombre de la empresa (razón social)

\_\_\_\_\_

8. Fecha de inicio de operaciones:

\_\_\_\_\_

9. ¿Cuántos empleos directos genera su empresa?

- |           |              |
|-----------|--------------|
| A) 1 a 5  | C) 10 a 15   |
| B) 6 a 10 | D) Más de 16 |

10. De la siguiente lista, señale los factores con los que su empresa cuenta

- |                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| A) Proveedores adecuados | C) Infraestructura adecuada |
| B) Demanda suficiente    | D) Créditos favorables      |

E) Otro

¿Cuál?

---

11. ¿De qué manera informaba sobre el servicio de su hotel?
- a) Volantes
  - b) Redes sociales
  - c) Página web
  - d) Por recomendación
  - e) Otro \_\_\_\_\_
12. ¿Actualmente ha recibido asesoría y asistencia técnica en su empresa?
- A) Si
  - B) No
13. ¿Conoce las estrategias del marketing digital?
- A) Si
  - B) No
14. ¿Cuáles fueron la forma de pago durante la pandemia?
- A) Efectivo
  - B) Link de pago
  - C) Tarjeta
  - D) Transferencia bancaria
  - E) Plataforma financiera (Nequi, Daviplata, otro...)
15. ¿Hubo huéspedes que presentaban corona virus y se hospedaron en el hotel?
- A) Si
  - B) No

**16.** Si su respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa ¿Qué protocolos de bioseguridad se aplicó en el hotel?

- A) Uso del tapabocas
- B) Lavado de manos
- C) Desinfección diaria
- D) Todas las anteriores
- E) Otras \_\_\_\_\_

**17.**Cuál era la frecuencia de su estrategia de publicidad

- A) Diario
- B) Cada tres días
- C) Cada fin de semana
- D) Otro \_\_\_\_\_

**18.** ¿Durante la época de confinamiento los precios de sus servicios?

- A) Disminuyeron
- B) Se mantuvieron estables
- C) Subieron

**19.** Seleccione las estrategias de publicidad que utilizo durante la época de confinamiento

- A) Redes Sociales
- B) Radio
- C) Avisos y Tableros
- D) Perifoneo
- E) Otros \_\_\_\_\_

**20.** Seleccione las jornadas de atención del hotel durante la época de confinamiento

- A) Mañana
- B) Tarde
- C) Noche
- D) 24 horas

21. Si su respuesta anterior fue positiva, describa como ayudo a su empresa

---

---

---

22. ¿Cuáles ventajas competitivas posee su empresa?

---

---

---

### Gestión de recursos

23. Los recursos con los que sostiene su empresa provienen de:

- A) Recursos propios
- B) Microcréditos
- C) Recursos de Crédito
- D) Otros

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

24. Si utiliza recursos de crédito señale de dónde provienen

- A) Sector financiero
- B) Corporaciones
- C) Fondos de Empleados
- F) Otros
- D) Cooperativas
- E) Particulares

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

25. ¿De las siguientes entidades a cuáles ha recurrido para solicitar créditos?

- |                                    |                   |
|------------------------------------|-------------------|
| A) Fondo regional de garantías     | D) Finagro        |
| B) Fondo agropecuario de garantías | E) Bancóldex      |
| C) Banco agrario                   | F) Fundación Ford |
| H) Otras                           | G) Ninguna        |

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Observaciones

---

---

---

---

Muchas gracias por su colaboración.

 <p>UNIVERSIDAD <b>CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	<b>CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-032
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 5 de julio de 2023

Biblioteca  
**REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.**  
Universidad CESMAG  
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado **Análisis del sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto.** presentado por los autores **Brayan Florez Molina** y **Brayan Santiago Acosta Rodríguez** del Programa Académico **Administración de empresas** al correo electrónico [trabajosdegrado@unicesmag.edu.co](mailto:trabajosdegrado@unicesmag.edu.co). Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,

*Claudia Solarte Solarte*

-----  
**CLAUDIA MAGALI SOLARTE SOLARTE**  
C.C. 59.816.989 de Pasto  
Programa Administración de Empresas  
3206724490  
[cmsolarte@unicesmag.edu.co](mailto:cmsolarte@unicesmag.edu.co)

 <b>UNIVERSIDAD CESMAG</b> <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</small>	<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-031
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

<b>INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)</b>	
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> Brayan Florez Molina	<b>Documento de identidad:</b> 1.004.133.499
<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:Brayanmolinamolina@gmail.com">Brayanmolinamolina@gmail.com</a>	<b>Número de contacto:</b> 3164773761
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> Brayan Santiago Acosta Rodríguez	<b>Documento de identidad:</b> 1193036595
<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:acostasantiago459@gmail.com">acostasantiago459@gmail.com</a>	<b>Número de contacto:</b> 3183907284
<b>Título del trabajo de grado:</b> Análisis del sector hotelero en la comuna 1 de la ciudad de Pasto.	
<b>Facultad y Programa Académico:</b> Facultad de ciencias administrativas y contables - Programa administración de empresas	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo

 <p>UNIVERSIDAD <b>CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</p>	<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-031
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

**NOTA:** En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 3 días del mes de julio del año 2023

	
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor: Brayan Florez Molina	Nombre del autor: Santiago Acosta Rodríguez
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 <hr/> Nombre del asesor: Claudia Magali Solarte Solarte	