



Creación de hotel boutique en la ciudad de Cali

Juan Pablo Calderón Díaz

Juan Esteban Barahona

Universidad Icesi

Economía y Negocios Internacionales

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Thomas Lombana (Tutor)

Santiago de Cali

27 de febrero de 2023

Creation of a boutique hotel in the city of Cali

Autor(es)

Juan Pablo Calderón Díaz

Juan Esteban Barahona

Director del proyecto

Thomas Lombana

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Finanzas

Administración de empresas



Santiago de Cali

2023

Contenido

Lista de figuras	4
Resumen	5
Abstract	5
1. Introducción	6
1.1. Justificación	6
1.2. Planteamiento del Problema	7
1.3. Objetivo General	8
1.3.1. Objetivos Específicos	8
2. Antecedentes	10
2.1. Marco teórico	10
2.1.1. Contexto macroeconómico del segmento hotelero en Colombia	10
2.1.2. Contexto macroeconómico del segmento hotelero en Cali	13
2.1.3. Marco legal	16
2.1.4. Tipos de hoteles	17
3. Plan Estratégico o de Mercadeo	19
3.1. Análisis de mercado	21
3.2. Objetivos, general y específicos, del plan de estratégico o de mercadeo	25
3.3. Estrategias propuestas	25
3.4. Indicadores de resultados	27
4. Conclusiones	29
5. Referencias	31

Lista de figuras

Figura 1. Número de hoteles y establecimientos similares en Colombia de 2005 a 2021. Fuente: Statista Research Department (2023).....	11
Figura 2. Variación anual y contribución de los ingresos reales. Fuente: DANE (2020)	12
Figura 3. Procedencia de visitantes extranjeros. Fuente: Migración Colombia (2023)	14
Figura 4. Ocupación hotelera de Cali. Fuente: Secretaría de turismo de Cali (2019).....	15

Resumen**Palabras clave**

1. Hotel Boutique
2. Cali
3. Turismo
4. Experiencia de Lujo
5. Diseño Único
6. Hospitalidad Personalizada
7. Destino Turístico
8. Mercado Local
9. Innovación
10. Gastronomía Exclusiva

Abstract**Key words**

1. Introducción

1.1. Justificación

En el dinámico escenario turístico de Cali, Colombia, ha surgido un desafío significativo en la oferta de alojamientos, particularmente en la respuesta a la creciente demanda de experiencias de hospedaje personalizadas y exclusivas. La ciudad, conocida por su rica historia, cultura vibrante y hospitalidad única, se encuentra en un momento crucial de su desarrollo turístico. A pesar de un aumento en la cantidad de visitantes, la oferta de hoteles no ha evolucionado completamente para abordar las expectativas cambiantes de una clientela más exigente y diversa.

En este escenario, se identifica una brecha en la oferta hotelera de Cali, con una preeminencia de establecimientos convencionales que no han evolucionado a la par con las preferencias del segmento de mercado que busca experiencias más auténticas y personalizadas. La saturación de hoteles convencionales ha llevado a una homogeneización de las opciones de alojamiento, limitando las posibilidades para los visitantes que buscan algo más allá de una estancia estándar.

Esta falta de diversidad en la oferta de hospedaje no solo impacta negativamente en la calidad de la experiencia del visitante, sino que también subutiliza el potencial turístico de Cali como un destino único. La identificación de esta problemática se apoya en estudios sectoriales que evidencian la necesidad de innovación en el sector hotelero para satisfacer las demandas cambiantes de los turistas modernos.

Quienes han identificado este problema son tanto los turistas que, al explorar opciones de alojamiento, se encuentran con limitadas ofertas que cumplan con sus expectativas de experiencias más exclusivas, como los empresarios y gestores turísticos que reconocen la oportunidad de elevar la calidad de la oferta hotelera en la ciudad. Este fenómeno se manifiesta en un momento específico en el que Cali busca consolidarse como un destino

turístico de referencia, y la falta de opciones diferenciadas se erige como un obstáculo estratégico para alcanzar este objetivo.

Por lo tanto, este proyecto surge como una respuesta estratégica para abordar esta problemática, proponiendo la creación de un Hotel Boutique en el prestigioso barrio de Pance. La decisión de ubicar este establecimiento en Pance responde a una cuidadosa consideración de las características distintivas del barrio, incluyendo su entorno natural y su oferta gastronómica, que pueden contribuir significativamente a ofrecer a los visitantes una experiencia única y memorable.

1.2. Planteamiento del Problema

La situación actual del mercado hotelero en Cali revela una falta significativa de opciones que satisfagan las demandas de un segmento específico de turistas: aquellos que buscan experiencias de alojamiento personalizadas y exclusivas. A pesar de la creciente afluencia de visitantes, la oferta existente se ha quedado rezagada en cuanto a la diversificación y adaptación a las cambiantes expectativas de los viajeros modernos. Este problema central se materializa en una homogeneización de la oferta de hoteles, limitando las posibilidades de elección para un grupo de turistas cada vez más exigente.

Resolver esta carencia en la oferta hotelera de Cali no solo es esencial para mejorar la experiencia de los visitantes, sino que también tiene ramificaciones positivas para el desarrollo turístico de la ciudad. El mercado objetivo, compuesto por aquellos turistas que buscan una estadía más allá de lo convencional, experimentaría beneficios sustanciales al contar con un Hotel Boutique que satisfaga sus necesidades de exclusividad y personalización. La pertinencia de resolver este problema radica en la oportunidad de elevar la reputación turística de Cali y posicionarse como un destino que no solo ofrece belleza cultural e histórica, sino también opciones de alojamiento acordes con las expectativas de un turismo contemporáneo.

La relevancia de esta propuesta se agudiza al considerar el contexto actual de la ciudad, que aspira a consolidarse como un destino turístico de renombre. El abordaje de esta problemática permitiría no solo satisfacer las demandas de un mercado específico sino también contribuir al crecimiento económico a través del impulso del turismo. La creación de un Hotel Boutique en el barrio de Pance, estratégicamente seleccionado por sus características distintivas, se presenta como una solución con beneficios tanto para los visitantes como para la imagen turística de la ciudad, proporcionando una experiencia de alojamiento única y memorable que, hasta el momento, ha sido escasa en la oferta hotelera local.

1.3. Objetivo General

Desarrollar un Hotel Boutique en el barrio de Pance, Cali, que ofrezca una experiencia de alojamiento única y personalizada, contribuyendo a diversificar la oferta hotelera de la ciudad y consolidándola como un destino turístico exclusivo. Este objetivo se plantea como la culminación exitosa de un proyecto realista y viable, considerando el contexto y la problemática identificada, con un enfoque estratégico para lograrlo en un plazo de un año.

1.3.1. Objetivos Específicos

- Diseñar y construir instalaciones modernas y acogedoras, siguiendo estándares de sostenibilidad, que proporcionen un entorno propicio para una experiencia de alojamiento de calidad, utilizando las mejores prácticas en arquitectura y diseño interior.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores locales para garantizar la autenticidad en la oferta gastronómica y cultural del hotel, fomentando el desarrollo económico de la comunidad a través de prácticas comerciales éticas.

- Implementar un plan de marketing integral que utilice plataformas digitales y redes sociales para posicionar el Hotel Boutique como un destino exclusivo. Generar interés y demanda en el mercado objetivo mediante estrategias de promoción efectivas, destacando las características distintivas del hotel.

2. Antecedentes

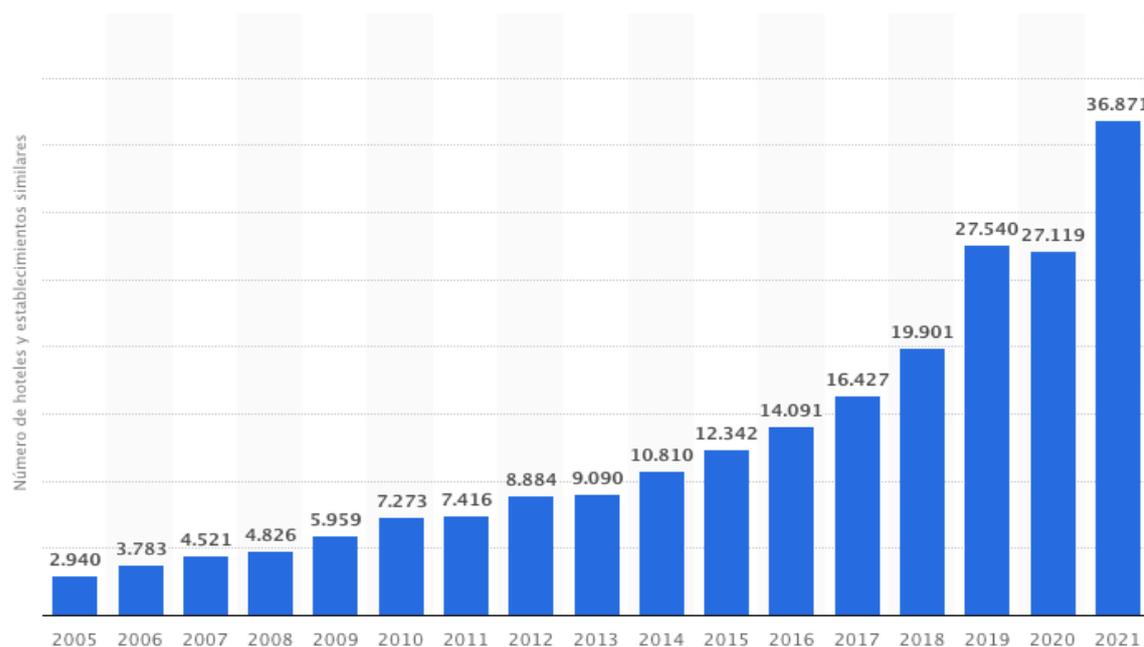
2.1. Marco teórico

2.1.1. Contexto macroeconómico del segmento hotelero en Colombia

Colombia, un país impregnado de rica cultura, fascinante historia, cautivadores sitios turísticos e innovadoras ideas de negocio, se ha convertido en un destino que deja una huella imborrable en aquellos que lo visitan. La cordialidad y alegría que caracterizan a la mayoría de sus habitantes hacen que los visitantes se sientan acogidos, como si estuvieran en su propia casa, siendo recibidos de la mejor manera posible. Esta hospitalidad ha contribuido significativamente al crecimiento del turismo en Colombia. En respuesta al constante flujo de visitantes extranjeros, se ha generado una creciente demanda de alojamientos, especialmente hoteles que brinden comodidad y confort a lo largo y ancho del país.

La proliferación de opciones hoteleras se ha convertido en un aspecto crucial para garantizar la satisfacción de los turistas durante su estadía, permitiéndoles elegir entre una amplia gama de establecimientos de alta calidad. El impactante crecimiento del turismo en Colombia ha sido respaldado por datos reveladores. Un análisis realizado por Statista Research Department (2023) muestra un aumento considerable en el número de hoteles registrados, pasando de 2,940 en 2005 a 36,871 en 2021, tal como se muestra en la figura 1.

Figura 1. Número de hoteles y establecimientos similares en Colombia de 2005 a 2021. Fuente: Statista Research Department (2023)



El notorio aumento en la afluencia turística y el sector hotelero en Colombia se atribuye en gran medida al crecimiento sostenido del turismo y el ocio en el país. A lo largo de los años, ha habido un incremento significativo en la cantidad de visitantes extranjeros, lo cual ha impulsado la inversión en la creación de hoteles, llevando a una diversificación de estas instalaciones en todo el territorio colombiano.

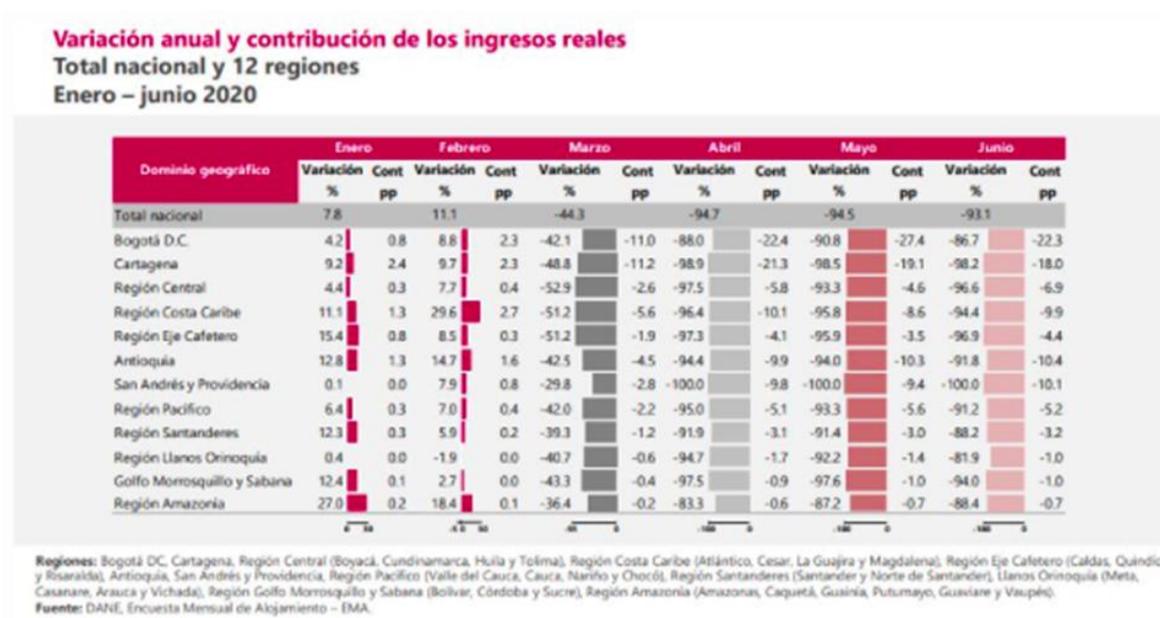
De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2022), el año 2021 destacó como un período crucial en esta tendencia ascendente. Entre enero y diciembre de ese año, la ocupación en los alojamientos hoteleros alcanzó un impresionante 40.8%, marcando un aumento sustancial de 10.9 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Específicamente, destinos turísticos emblemáticos como San Andrés, con una ocupación del 63.2%, Cartagena, con un 51.7%, y la región del Caribe, con un 46.5%, registraron las mayores tasas de ocupación durante ese período.

La preferencia por las ciudades costeras como destinos turísticos clave se refleja en estas estadísticas. Estas áreas no solo son ricas en historia, sino también visualmente impresionantes, contribuyendo así al atractivo para los visitantes. De acuerdo con el DANE

(2020) este fenómeno ha generado un impacto significativo en la economía del país, evidenciado por un impresionante aumento del 100.2% en los ingresos hoteleros en comparación con el año 2020. Este crecimiento económico está intrínsecamente vinculado al sector turístico, resaltando su papel crucial en el desarrollo económico de Colombia.

Para comprender más a fondo la dinámica de los ingresos hoteleros en Colombia, se empleó la Muestra Mensual de Hoteles (MMH) como referencia publicada por el DANE (2020). Esta muestra proporciona una visión detallada de cómo varían los ingresos de los hoteles según las regiones, y se puede consultar para obtener información específica sobre el comportamiento del sector durante el año 2020. Adicionalmente, para comprender mejor los ingresos reales de los hoteles, se recurrió a la Encuesta Mensual de Alojamiento (EMA) del DANE, que ofrece una perspectiva detallada de la variación de ingresos hoteleros divididos por regiones durante el año 2020 (DANE, 2020).

Figura 2. Variación anual y contribución de los ingresos reales. Fuente: DANE (2020)



El año 2021, marcado por la persistencia de la pandemia de COVID-19, influyó significativamente en el sector hotelero en Colombia. Se destaca que aproximadamente el 50.2% de los establecimientos incluidos en la muestra no proporcionaron información sobre

sus tarifas (DANE, 2020). Esta falta de reporte puede atribuirse a las incertidumbres y desafíos económicos que enfrentó el sector hotelero como resultado de las restricciones de viaje, las medidas de confinamiento y las fluctuaciones en la demanda turística, todos ellos factores directamente relacionados con la pandemia.

Este fenómeno refleja la complejidad del entorno operativo para los hoteles durante el año en cuestión. La falta de reporte de tarifas puede ser interpretada como una respuesta a la necesidad de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado, donde la demanda y la oferta de alojamiento fueron impactadas de manera significativa por las restricciones sanitarias.

En un contexto más amplio, este escenario subraya la interdependencia entre el sector hotelero y el turismo en Colombia. Las restricciones de viaje y las preocupaciones de salud pública afectaron directamente la ocupación y la operación de los hoteles, lo que a su vez influyó en la contribución del turismo al sector hotelero. Esta relación recíproca resalta la importancia de abordar los desafíos macroeconómicos y de salud pública para garantizar la estabilidad y el crecimiento sostenible de ambos sectores.

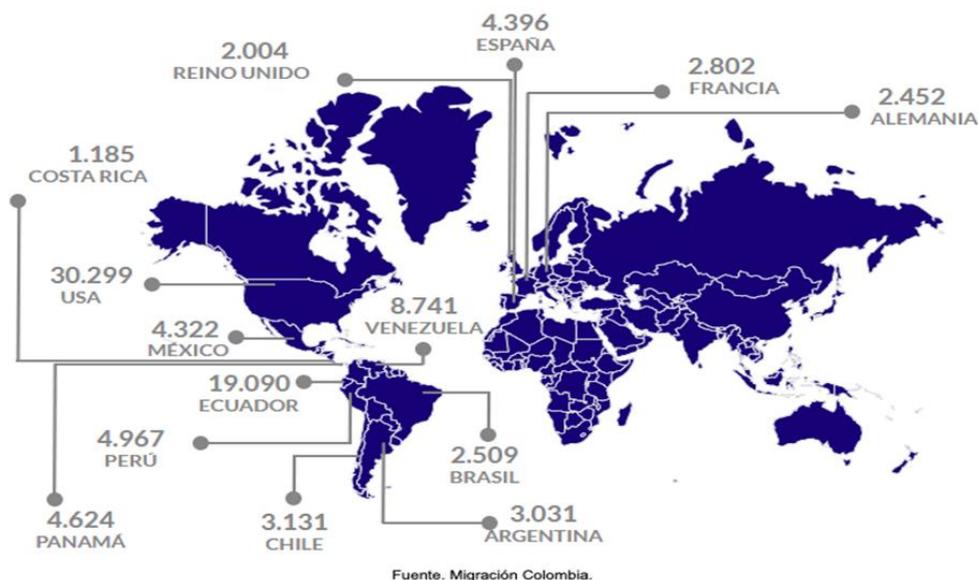
2.1.2. Contexto macroeconómico del segmento hotelero en Cali

Santiago de Cali, conocida simplemente como Cali, emerge como un destino atractivo en el panorama colombiano. Esta ciudad, rica en historia, con una gastronomía destacada, una cálida hospitalidad y una diversidad biológica notable, se ha convertido en un imán para turistas tanto nacionales como extranjeros.

Destacando su posición en la escena internacional, Cali atrae a visitantes de diversas partes del mundo. Según Migración Colombia (2023) entre los países que lideran en número de visitantes, Estados Unidos se posiciona en el primer puesto, con 30,299 personas representando el 27% del total. Le siguen los ecuatorianos, contribuyendo significativamente con 19,090 visitantes, lo que representa el 17.2% del total. Otros países que muestran una

presencia considerable incluyen venezolanos (7.9%), peruanos (4.5%), panameños (4.2%), y españoles (4%). Estos visitantes, como se muestra en la figura 3, conforman un impresionante 84.3% del total de visitantes extranjeros que eligen explorar Cali.

Figura 3. Procedencia de visitantes extranjeros. Fuente: Migración Colombia (2023)



Esta diversidad en la procedencia de los visitantes resalta la universalidad del atractivo de Cali. La ciudad no solo cautiva con su rica historia y su biodiversidad, sino que también se destaca por su capacidad para acoger a personas de diferentes culturas y nacionalidades. En este contexto, se revela que Cali no solo es un tesoro para los colombianos, sino que su encanto trasciende fronteras, convirtiéndola en un punto de referencia para aquellos que buscan experiencias enriquecedoras y oportunidades únicas. La capacidad de la ciudad para atraer visitantes de diversas partes del mundo refuerza su papel no solo como un destino turístico excepcional, sino también como un contribuyente significativo al sector hotelero y, por ende, a la economía colombiana en general.

De acuerdo con la Secretaría de turismo de Cali (2019), el turismo en Cali ha experimentado un crecimiento notable, con el principal motivo de viaje para los extranjeros siendo actividades turísticas, representando el 72% de las visitas. Este auge en el turismo ha llevado a un incremento significativo en el segmento hotelero de la ciudad. Actualmente, Cali

cuenta con 359 establecimientos de hospedaje que ofrecen un total de 9,303 habitaciones y 14,099 camas.

Según datos proporcionados por la Asociación Hotelera del Valle del Cauca (Cotelco Valle del Cauca), la Secretaría de turismo de Cali (2019) menciona que la ocupación hotelera promedio en Cali fue del 55.78% de enero a julio de 2019. Durante este período, el 69.6% de los huéspedes eran nacionales, mientras que el 30.4% eran extranjeros. Además, la tarifa promedio por habitación se situó en \$188,729.

Figura 4. Ocupación hotelera de Cali. Fuente: Secretaría de turismo de Cali (2019)



Fuente: Sistema de Información Hotelero – SIH de COTELCO

A pesar de estos éxitos en el sector hotelero, es esencial considerar el impacto negativo de la pandemia de COVID-19. Durante el periodo de cuarentena obligatoria, que paralizó por completo las actividades turísticas y hoteleras, los establecimientos se vieron afectados considerablemente al no recibir huéspedes. La imposibilidad de desplazamiento, las restricciones de viaje y la suspensión de operaciones de aerolíneas contribuyeron a esta situación.

Comparando con el año 2019, la cuarentena y sus consecuencias llevaron a una drástica disminución en la ocupación hotelera. Según estimaciones de Cotelco, la ocupación para el cierre del 2020 se proyectó en un 30.84%, casi la mitad de la ocupación promedio registrada en 2019 (Secretaría de turismo de Cali, 2019). Este escenario refleja el impacto

directo de la pandemia en el turismo y la hotelería, resaltando la vulnerabilidad del sector frente a eventos extraordinarios y la importancia de estrategias de recuperación a largo plazo.

2.1.3. Marco legal

La pandemia de COVID-19 impactó de manera significativa el sector de la hotelería y el turismo, generando pérdidas económicas, cierres de establecimientos y la amenaza de pérdida de empleos. De acuerdo con Grant Thornton Colombia (2020) las investigaciones realizadas por Cotelco, el sector hotelero en Colombia genera ingresos anuales de aproximadamente COL\$ 14,4 millones (alrededor de US\$ 3,500 millones), lo que significa que cada mes de cierre de actividades representaba una disminución de ingresos de COL\$ 1,2 millones (casi US\$ 300 millones) y ponía en riesgo 110,000 empleos.

En respuesta a esta crisis, tanto hoteles grandes como pequeños se unieron para solicitar el apoyo del gobierno y evitar el cierre de sus establecimientos, muchos de los cuales eran parte integral de la historia de la ciudad debido a su antigüedad. Tikitakas (2020) explica cuáles que el gobierno implementó un plan de ayuda que consistió en varias medidas para respaldar al sector:

- Exención del IVA: Se eximió del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a todos los servicios turísticos y hoteleros hasta el 31 de diciembre.
- Suspensión de la sobretasa de energía: Se suspendió temporalmente la sobretasa de la energía hasta diciembre para alojamientos, parques temáticos y de recreación.
- Eliminación del anticipo de renta: Se eliminó el anticipo de renta para el sector del turismo, incluyendo alojamientos, agencias de viajes y transporte aéreo.
- Aplazamiento de la contribución parafiscal de turismo: Se aplazó la contribución parafiscal de turismo para dar liquidez al sector en el segundo semestre.

- Nueva línea de crédito: Se trabajó en la creación de una nueva línea de crédito para el sector del turismo, con un periodo de gracia más extenso y plazos más largos, respaldada por Bancoldex y garantías del Fondo Nacional de Garantías.

Estas medidas de apoyo permitieron al sector hotelero reorganizarse gradualmente y mitigar las dificultades económicas. Aunque el camino no fue fácil, estas acciones gubernamentales contribuyeron a la recuperación, facilitando la vuelta de las visitas a los hoteles del país.

2.1.4. Tipos de hoteles

La ciudad de Cali ofrece una amplia gama de opciones hoteleras para satisfacer las diversas necesidades y preferencias de los turistas. Dos categorías prominentes son los hoteles convencionales o estándar y los hoteles boutique.

Los hoteles convencionales, como el Intercontinental de la Ciudad de Cali, se caracterizan por su capacidad para albergar un gran número de huéspedes. Estos establecimientos suelen contar con un elevado número de habitaciones y servicios estándar, como camas cómodas, armarios, baños equipados, mesas de noche, televisores y áreas de trabajo. Dada su capacidad para atender a un público más amplio, muchos de estos hoteles forman parte de cadenas hoteleras, permitiéndoles optimizar la disponibilidad de habitaciones y ofrecer servicios consistentes en múltiples ubicaciones.

En contraste, los hoteles boutique fueron concebidos como una alternativa única y distintiva. Estos establecimientos buscan proporcionar a los huéspedes una experiencia diferente y más personalizada. Algunas de sus características distintivas incluyen:

- Localización privilegiada: Los hoteles boutique suelen ubicarse estratégicamente en los barrios o zonas más destacadas de la ciudad. Esta ubicación cuidadosamente seleccionada permite a los huéspedes disfrutar de una mejor posición para explorar y experimentar la ciudad.

- **Diseño y decoración exclusivos:** Cada hotel boutique se esfuerza por ofrecer un ambiente único y sutil. El diseño y la decoración están cuidadosamente pensados para crear espacios memorables y ambientes que resalten la experiencia del huésped.
- **Servicio personalizado y trato cercano:** La atención personalizada es un pilar fundamental de los hoteles boutique. El equipo de estos hoteles está dedicado a satisfacer las necesidades individuales de cada huésped, brindando un trato más cercano y haciéndolos sentir como en casa. Este enfoque busca crear una experiencia más íntima y personal durante la estadía.

3. Plan Estratégico o de Mercadeo

El enfoque central de este hotel radica en su naturaleza de Hotel Boutique, con el propósito fundamental de brindar a los huéspedes una experiencia placentera y memorable durante su estadía. La meta es proporcionar una estancia cómoda y única, destacando la rica cultura y hospitalidad de Cali a través de un servicio excepcional, una cuidadosa selección de decoración, una gastronomía de alta calidad, y una ubicación privilegiada en el corazón de la ciudad.

La elección del distinguido barrio de Pance, en el sur de Cali, responde a la abundancia de espacios verdes y a su importancia característica en la ciudad. Este lugar ofrece no solo una conexión con la naturaleza, sino también acceso a una amplia variedad de restaurantes de alta cocina. En cuanto a la infraestructura del hotel, se planea contar con cinco habitaciones, siendo las tres primeras estándar y las dos últimas de lujo, cada una ofreciendo experiencias diferenciadas según los planes de los huéspedes.

Cada habitación se dotará con elementos de excelente calidad para garantizar experiencias positivas. Además, se habilitarán espacios compartidos, como una amplia piscina, turco y jacuzzi, proporcionando un ambiente lujoso y relajante. Las habitaciones de lujo incluirán jacuzzi privado. Los servicios del hotel abarcarán diversas experiencias, como un spa, bar exclusivo con licores internacionales, restaurante de alta cocina, shows en vivo y guías turísticos para explorar los lugares más emblemáticos de Cali.

El objetivo central es que los huéspedes se sientan en un ambiente exclusivo y privado, brindándoles la máxima comodidad y tranquilidad durante su estadía en Cali. Esta propuesta pretende crear una nueva imagen de hotel, diferenciándose de otras opciones en la ciudad, no solo por sus comodidades, sino también por la singularidad de cada experiencia que ofrecerá.

Desde una perspectiva micro, aunque Cali ya cuenta con varios hoteles Boutique, la visión del proyecto es proporcionar experiencias completamente diferentes, generando confianza y dejando una impresión duradera en los huéspedes. El objetivo es adaptarse a diversas necesidades, desde estancias románticas hasta viajes de negocios, ofreciendo un espacio único y versátil.

Para respaldar esta visión, se han realizado encuestas a residentes locales y visitantes externos, buscando entender las preferencias y expectativas en torno a los hoteles Boutique. Estas encuestas, compuestas por diez preguntas, exploran los factores determinantes al elegir un hotel Boutique, las expectativas de servicios, la importancia de la ubicación, entre otros aspectos cruciales para la toma de decisiones. Las preguntas planteadas fueron las siguientes:

1. ¿Qué factores consideras más importantes al elegir un hotel boutique para tu estadía en Cali?

- Opción 1: Ubicación
- Opción 2: Precio
- Opción 3: Servicios y comodidades
- Opción 4: Opiniones de otros huéspedes
- Opción 5: Otro (por favor especifica)

2. ¿Qué tipo de servicios o comodidades esperarías de un hotel boutique de alta calidad en Cali?

3. ¿Cuáles son tus expectativas en cuanto a la decoración y el diseño interior de un hotel boutique en Cali?

4. ¿Considerarías reservar en un hotel boutique que ofrece experiencias personalizadas, como recorridos locales o servicios de conserjería especializados?

5. ¿Qué temáticas o conceptos crees que serían atractivos para un hotel boutique en Cali?

6. ¿Cuál es tu opinión sobre la sostenibilidad y la responsabilidad social de los hoteles? ¿Valorarías la sostenibilidad al elegir un hotel boutique?
7. ¿En qué parte de Cali te gustaría que estuviera ubicado un nuevo hotel boutique?
8. ¿Tienes alguna preferencia en cuanto al tamaño de un hotel boutique (número de habitaciones) en Cali?
9. ¿Qué canales o medios utilizarías para buscar información sobre un nuevo hotel boutique en Cali antes de reservar?
10. ¿Qué recomendaciones o sugerencias tendrías para un nuevo hotel boutique que está planeando abrir en Cali?

En ese orden de ideas, para dar respuesta al plan estratégico o de mercado del hotel boutique, se codificarán las respuestas en cada uno de los siguientes ítems que se abordan en este plan, a saber: análisis de mercadeo, objetivos general y específicos, estrategias propuestas, presupuesto e indicadores de resultados.

3.1. Análisis de mercado

En esta sección, se llevará a cabo un análisis de mercado que abordará los elementos fundamentales para el éxito del hotel. Se examinarán detalladamente los aspectos relativos a los clientes, el producto ofrecido, la competencia existente, y la estrategia de precios. Este análisis permitirá obtener una comprensión profunda del entorno en el que se insertará el Hotel Boutique, identificando oportunidades y desafíos clave. En ese sentido, a continuación se enlistan cada una de las preguntas realizadas para este fin, así como sus respectivas respuestas.

- **¿Qué factores consideras más importantes al elegir un hotel boutique para tu estadía en Cali?**
 - Ubicación (A): El 8.38% de los encuestados considera la ubicación como el factor más importante al elegir un hotel boutique en Cali.

- Precio (B): Otro 8.38% valora el precio como un factor clave al seleccionar su alojamiento.
 - Servicios y Comodidades (C): Un 10.47% destaca la importancia de los servicios y comodidades ofrecidos por el hotel boutique.
 - Opiniones de Otros Huéspedes (D): El 6.27% confía en las opiniones de otros huéspedes al tomar su decisión.
- **¿Qué tipo de servicios o comodidades esperarías de un hotel boutique de alta calidad en Cali?**

Los servicios y comodidades esperados por los encuestados para un hotel boutique de alta calidad en Cali incluyen:

- Servicio al Cliente de Primer Nivel: Amabilidad, atención y disposición para satisfacer las necesidades individuales de los huéspedes.
- Habitaciones de Lujo: Habitaciones espaciosas, cómodas y equipadas con comodidades de alta calidad, como camas con sábanas de lujo, baños de mármol y artículos de tocador de marca.
- Bienestar y Spa: Servicios de spa, tratamientos de belleza y gimnasio para el bienestar de los huéspedes.
- Experiencias Culturales y Actividades Locales: Oferta de excursiones, clases de cocina, catas de vino u otras actividades que permitan a los huéspedes experimentar la cultura y el entorno local de Cali de manera única.
- Ubicación Conveniente: Idealmente ubicado en una zona conveniente para explorar los principales lugares de interés de Cali.
- Tecnología y Conectividad: Habitaciones equipadas con comodidades modernas como televisores de pantalla plana y acceso a Internet de alta velocidad.

- Aplicación o sistema digital que permita a los huéspedes solicitar servicios, hacer reservas y obtener información sobre actividades locales de manera conveniente.
 - Eventos Culturales: Organización de eventos culturales como conciertos locales, exhibiciones de arte o presentaciones de danza folclórica.
 - Transporte Privado: Servicio de transporte privado en vehículos de lujo para traslados desde y hacia el aeropuerto y para explorar la ciudad.
 - Atención al Detalle y Comodidad del Cliente: Atención al detalle y enfoque en la comodidad del cliente.
 - Servicio a la Habitación y Estacionamiento Privado.
 - Zonas húmedas, spa y salas de reuniones.
 - Experiencias de alta cocina.
- **¿Cuáles son tus expectativas en cuanto a la decoración y el diseño interior de un hotel boutique?**

Las expectativas de los encuestados con respecto a la decoración y el diseño interior de un hotel boutique incluyen:

- Decoración Elegante y de Alta Calidad: Se espera una decoración elegante y de alta calidad que refleje la cultura local o un tema específico.
- Estilo de Diseño Interior Coherente: El hotel boutique debe tener un estilo de diseño interior coherente, ya sea contemporáneo, histórico, ecléctico, minimalista, que sea distintivo y memorable.
- Experiencia Temática Interactiva: Si el hotel se basa en una temática particular, se espera que la decoración ofrezca una experiencia interactiva que sumerja a los huéspedes en esa temática.

- Espacios Acogedores y de Relajación: Los huéspedes esperan espacios acogedores y áreas comunes que inviten a la relajación, como un lobby con cómodos asientos, bibliotecas o terrazas ajardinadas.
 - Espacios de Socialización y Entretenimiento: Se espera que el hotel boutique ofrezca espacios para la socialización y el entretenimiento, como bares, restaurantes o áreas de juegos, que sean atractivos y brinden opciones de diversión y relajación.
 - Comodidad y Funcionalidad: A pesar del diseño distintivo, se espera que el hotel boutique sea cómodo y funcional, con habitaciones bien equipadas con comodidades modernas.
 - Innovación y Sostenibilidad: Muchos huéspedes valoran la innovación y la sostenibilidad en el diseño de interiores, esperando que el hotel boutique incorpore tecnologías eficientes y prácticas respetuosas con el medio ambiente.
 - Atención a los Detalles: La atención a los detalles es esencial, desde la ropa de cama de alta calidad hasta la selección de productos de baño de lujo.
 - Elegancia y Sofisticación: Se espera que la decoración sea elegante y sofisticada, reflejando el carácter exclusivo del hotel con muebles de alta calidad, detalles lujosos y una paleta de colores bien pensada.
 - Diseño Moderno y Luxury: Preferencia por un diseño moderno y lujoso.
 - Temática Específica: Algunos encuestados desean que el hotel tenga una temática específica, como para niños o con elementos de animales exóticos.
 - Futurista: Expectativas de un diseño futurista.
- **¿Considerarías reservar en un hotel boutique que ofrece experiencias personalizadas, como recorridos locales o servicios de consejería especializados?**

A las personas si les gustaría tener una experiencia o recorrido personalizado en la ciudad de Cali.

- **¿Cuál es tu opinión sobre la sostenibilidad y la responsabilidad social de los hoteles? ¿Valorarías la sostenibilidad al elegir un hotel boutique?**

El 90% de los encuestados valoran la sostenibilidad en un hotel.

3.2. Objetivos, general y específicos, del plan de estratégico o de mercadeo

Los objetivos generales y específicos del plan estratégico o de mercadeo constituyen la columna vertebral que guiará las acciones de la organización. En ese sentido, a continuación se enlistan cada una de las preguntas realizadas para este fin, así como sus respectivas respuestas.

- **¿Qué temáticas o conceptos crees que serían atractivos para un hotel boutique en Cali?**

Las personas se inclinan por un diseño moderno y elegante una temática o un concepto moderno.

- **¿En qué parte de Cali te gustaría que estuviera ubicado un nuevo hotel boutique?**

El 100% de los encuestados valoran el sur de la ciudad de Cali.

- **¿Tienes alguna preferencia en cuanto al tamaño de un hotel boutique (número de habitaciones) en Cali?**

En cuanto al tamaño del hotel el 47.8% prefiere 5 habitaciones, el 30.4% prefieren 10 habitaciones y el 21.7% prefieren 7 habitaciones.

3.3. Estrategias propuestas

En este apartado, se tomó en cuenta las estrategias que serían adecuadas para que el público objetivo opte por reservar su estadía en el hotel boutique, en ese sentido, a continuación se evidencian las respuestas de esta pregunta en la encuesta realizada.

- **¿Qué canales o medios utilizarías para buscar información sobre un nuevo hotel boutique en Cali antes de reservar?**

Los encuestados valoran tanto la web y las redes sociales con un 30%. Sin embargo, las personas prefieren más la plataforma de Booking.com con un 40%.

En ese sentido, las tendencias predominantes en el mercado de hoteles boutique en Cali reflejan un claro énfasis en aspectos como la sostenibilidad, el turismo experiencial y la integración de tecnología, entre otros elementos significativos. Estas corrientes actuales demuestran una creciente importancia atribuida a prácticas sostenibles, donde los hoteles buscan minimizar su impacto ambiental y adoptar enfoques responsables. Asimismo, la demanda del turismo de experiencias ha ganado relevancia, llevando a los hoteles boutique a ofrecer propuestas únicas y personalizadas que trascienden las expectativas convencionales. La incorporación estratégica de tecnología también figura como una tendencia emergente, apuntando a mejorar la eficiencia operativa y brindar experiencias más fluidas e innovadoras a los huéspedes. Estas tendencias, a su vez, influyen en las estrategias y enfoques que los hoteles boutique pueden considerar para mantenerse a la vanguardia en el competitivo mercado de la hospitalidad.

En cuanto al marketing, las estrategias se realizarán teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Público Objetivo: viajeros de negocios o turistas y parejas.
- Desarrollar un sitio web:
 - El sitio web es la primera impresión que los clientes tendrán del hotel
 - Página Web atractiva, fácil de navegar y que ofrezca información completa y detallada sobre los servicios, habitaciones y ubicación del hotel.
 - Incluir fotografías de calidad y testimonios de huéspedes satisfechos.

- Redes Sociales: compartir información relevante en todas las redes sociales como fotos del hotel, promociones y novedades.
- Ofrecer Promociones Atractivas:
 - Atrae nuevos clientes y fideliza los existentes.
 - Promociones en fechas especiales como Navidad, San Valentín, Semana Santa y descuentos por reserva anticipada o estancias prolongadas.
- Generar recomendaciones y opiniones positivas:
 - Incentivar a los clientes a que dejen reseñas en sitios como Tripadvisor y Google My Business, y responder de manera amable y profesional a cualquier comentario o crítica.
- Colaboración con influencers y medios locales que generaran mayor visibilidad en las redes y medios de comunicación.

3.4. Indicadores de resultados

Enfocándose en el mediano y largo plazo, esta sección se centrará en la definición de indicadores de resultados. En ese sentido, se consideró valiosa la respuestas de los participantes sobre las recomendaciones o sugerencias para el nuevo hotel boutique.

- **¿Qué recomendaciones o sugerencias tendrías para un nuevo hotel boutique que está planeado abrir en la ciudad de Cali?**

Las recomendaciones y sugerencias para el nuevo hotel boutique en Cali incluyen:

- Estrategia de Marketing Integral: Desarrollar una estrategia de marketing sólida que abarque presencia en línea, redes sociales y colaboraciones con agencias de viajes. Aprovechar las reseñas en línea y el boca a boca para promocionar el hotel.

- Ubicación Estratégica: La ubicación es fundamental. Se sugiere elegir cuidadosamente la ubicación considerando la accesibilidad a atracciones turísticas, restaurantes, vida nocturna y otros lugares de interés en Cali.
- Atención al Cliente de Primera Calidad: La atención al cliente de primera calidad es esencial. Se recomienda capacitar al personal para ofrecer un servicio amable, atento y personalizado que haga que los huéspedes se sientan especiales.
- Prácticas Sostenibles: Considerar prácticas sostenibles en la operación del hotel, como la gestión de residuos, el ahorro de energía y la promoción del turismo responsable.
- Priorización de la Seguridad: Priorizar la seguridad de los huéspedes con sistemas de seguridad modernos y personal de seguridad calificado.
- Mantenimiento Regular de Instalaciones: Asegurarse de que las instalaciones estén siempre en perfectas condiciones y programar un mantenimiento regular para evitar problemas inesperados.
- Flexibilidad en las Tarifas: Considerar la flexibilidad en las tarifas como estrategia para atraer a diversos segmentos de clientes.

Adicionalmente, se llevará a cabo una investigación exhaustiva a través de diversas plataformas en línea, como TripAdvisor o Booking.com, con el propósito de analizar las críticas y reseñas proporcionadas por los clientes. Esta evaluación se centrará en la recopilación de comentarios tanto positivos como negativos, abordando aspectos cruciales como la calidad del servicio, los estándares de limpieza y el nivel de comodidad experimentado por los usuarios. La revisión integral de estas opiniones permitirá obtener una perspectiva detallada sobre la percepción del cliente, proporcionando información que se tendrá en cuenta para la mejora continua y la excelencia operativa.

4. Conclusiones

En términos de preferencias, la investigación revela que la ubicación y el precio son factores cruciales para una proporción significativa de encuestados. No obstante, la consideración de servicios y comodidades muestra un leve aumento en importancia, alcanzando un 10.47%. Este hallazgo sugiere que los huéspedes valoran las experiencias y comodidades proporcionadas por el hotel. Aunque las opiniones de otros huéspedes tienen una importancia moderada, con un 6.27%, indicando que la reputación y la retroalimentación de otros visitantes son relevantes, no son el factor principal para la mayoría. En consecuencia, se recomienda que el hotel boutique destaque sus servicios y comodidades, ofrezca opciones variadas en ubicación y precios, y preste atención a la creación de experiencias positivas para cultivar buenas opiniones entre los huéspedes.

En cuanto a las preferencias del cliente, la atención al cliente de primer nivel, instalaciones de lujo, y servicios que promueven el bienestar y la cultura local son aspectos fundamentales para los encuestados. Aunque la ubicación sigue siendo un factor importante, con un énfasis en la conveniencia para explorar Cali, la tecnología también juega un papel vital, desde comodidades en las habitaciones hasta servicios digitales. La atención al detalle, la comodidad del cliente y la oferta de experiencias exclusivas son aspectos destacados. En resumen, se sugiere que el hotel boutique se centre en proporcionar un servicio personalizado y experiencias únicas, combinando lujo, bienestar y conexión con la cultura local para cumplir con las expectativas de los huéspedes. La tecnología y la atención al detalle son elementos clave para mejorar la experiencia del cliente.

En relación con el diseño interior, los encuestados buscan una combinación de elegancia, comodidad y funcionalidad en el diseño interior del hotel boutique. La coherencia en el estilo de diseño y la atención a los detalles se destacan como aspectos cruciales. La innovación y la sostenibilidad son consideraciones importantes para algunos huéspedes, y la

posibilidad de experiencias temáticas interactivas y espacios de socialización también se valora. En resumen, se sugiere que el diseño interior del hotel boutique sea coherente, elegante y funcional, con opciones para experiencias temáticas interactivas y áreas de socialización. La innovación y la sostenibilidad pueden diferenciar al hotel y atraer a ciertos segmentos de huéspedes.

Entre las recomendaciones, la estrategia de marketing, la ubicación y la atención al cliente surgen como aspectos críticos. La sostenibilidad y la seguridad también son consideraciones importantes para los huéspedes, y se sugiere la flexibilidad en las tarifas como una táctica para atraer a diferentes tipos de clientes. En resumen, el éxito del nuevo hotel boutique en Cali dependerá en gran medida de una estrategia de marketing efectiva, una ubicación estratégica, la atención al cliente de alta calidad, prácticas sostenibles, seguridad y mantenimiento regular de instalaciones. La flexibilidad en las tarifas puede ser una estrategia efectiva para atraer a una amplia variedad de clientes.

5. Referencias

- DANE. (2020). *La Muestra Mensual de Hoteles -MMH- pasa a denominarse Encuesta Mensual de Alojamiento -EMA-*. <https://www.dane.gov.co/index.php/actualidad-dane/5249-la-muestra-mensual-de-hoteles-mmh-pasa-a-denominarse-encuesta-mensual-de-alojamiento-ema>
- Grant Thornton Colombia. (2020). *El impacto del COVID-19 en la industria hotelera*. Grant Thornton Colombia. <https://www.grantthornton.com.co/Perspectivas/coronavirus/el-impacto-del-covid-19-en-la-industria-hotelera/>
- Migración Colombia. (2023). *Visitantes Extranjeros y Nacionales no Residentes a Enero 2023*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2022). Aumentos en ocupación y en ingresos hoteleros de 2021 impulsan al sector turismo. *MINCIT*. <https://www.mincit.gov.co/Prensa/Noticias/Turismo/Aumento-ingresos-hoteleros-impulsan-sector-turismo>
- Secretaría de turismo de Cali. (2019). *Boletín de Estadísticas de Turismo Semestre I -2019*.
- Statista Research Department. (2023). *Número de hoteles en Colombia 2021*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1018140/evolucion-anual-del-numero-de-hoteles-y-establecimientos-similares-en-colombia/>
- Tikitakas. (2020). *Turismo Colombia: ¿cuáles son las 5 ayudas que ofrece el Gobierno?* https://colombia.as.com/colombia/2020/06/05/tikitakas/1591320309_700451.html