



Perspectivas

Económicas y de Gestión

Caracterización de la competitividad del sector hotelero en el municipio de Florencia (Caquetá)

Recepción: 02/09/2015 / Aceptación: 12/10/2015

Verence Sánchez Castillo

ve.sanchez@udla.edu.co

Artículo de Investigación / Universidad de la Amazonia / Colombia

Estudiante de Doctorado en Antropología, Magister en Ambiente y Desarrollo, e Ingeniera Agroecóloga. Docente del Programa Ingeniería Agroecológica de la Universidad de la Amazonia.

Lucelly Correa Cruz

encontactoxl@yahoo.es

Artículo de Investigación / Universidad de la Amazonia / Colombia

Estudiante de Doctorado en Educación y Cultura Ambiental, Magister en Educación, Especialista en Mercadeo, y Administradora de Empresas. Docente del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia.

Carlos Alberto Gómez Cano

carlosgomez325@gmail.com

Artículo de Investigación / Universidad de la Amazonia / Colombia

Maestrante en Educación, Especialista en Pedagogía y en Gestión Pública, Contador Público, y Administrador Público. Docente del Programa de Contaduría Pública, Universidad de la Amazonia.

Resumen: El incremento progresivo del sector turismo, ha generado una serie de estrategias para mejorar los índices de competitividad, entre ellas el servicio de alojamiento con atención bilingüe y la posibilidad de desarrollar actividades ecoturísticas. En el contexto de Florencia Caquetá, se desconoce qué tanto su servicio de hotelería brinda a los turistas estas posibilidades, así, con el ánimo de indagar sobre estos aspectos se realizó una investigación de tipo exploratoria y cuantitativa, utilizando técnicas como visitas domiciliarias, encuestas y listas de chequeo. Los resultados indican que si bien los hoteles reconocen la importancia del idioma inglés, han desarrollado pocos instrumentos para mejorar sus bajos niveles de desempeño y se muestran apáticos al cambio a la modalidad de ECOHOTELES o la implementación de medidas más sostenibles. De tal forma que los planes de competitividad sectorial, deben trabajar en la sensibilización de estos dos factores para lograr un verdadero avance en el sector.

Palabras claves: sector hotelero, competitividad, florencia.

Abstract: The progressive increase in tourism has generated a number of strategies to improve competitiveness indices, including the hosting service with bilingual staff and the possibility of developing ecotourism activities. In the context of Florencia Caquetá, how much their service is unknown hospitality offers tourists these possibilities, as well, with the aim to investigate these aspects, an exploratory and quantitative research was performed, using techniques such as home visits, surveys and checklists. The results indicate that although the hotels recognize the importance of the English language, few instruments have been developed to improve low levels of performance and apathetic to change the mode of ECOHOTELES or the implementation of more sustainable measures. So that the Sectoral Competitiveness Plans should work in raising awareness of these two factors to achieve real progress in the sector

Keywords: hotel sector competitiveness , Florencia.

Introducción

El sector turístico ha tenido un crecimiento vertiginoso en los últimos años en Colombia, situación que se ve reflejada también como caso particular en el municipio

de Florencia Caquetá, así las cosas, los retos de la competitividad apremian conocer las características del sector hotelero que funciona de manera legal en el municipio, especialmente en aspectos que son de vital importancia para su sostenibilidad, a saber, el

alojamiento con atención bilingüe y la posibilidad de desarrollar actividades ecoturísticas. Aquí se plantea como hipótesis inicial, que en el municipio son escasos los avances en la implementación de esas medidas en los hoteles, de tal forma que es necesario indagar sobre las características de competitividad del sector.

En la parte inicial se plantea un contexto nacional y local al respecto, luego se hace una problematización del sector hotelero, en adelante se expone la metodología exploratoria sobre el tema y se analizan los resultados, finalmente se proponen conclusiones y retos para el sector. Aspectos que dejan información importante para la toma de decisiones a los entes gubernamentales locales, en especial para la promoción del turismo.

El sector turismo, información de contexto

Si bien la globalización abre las posibilidades de diversificación en otros mercados, también plantea retos a las empresas nacionales; lo anterior, por la creciente presencia de empresas extranjeras en los mercados locales; es la razón por la cual las empresas nacionales están obligadas a ser cada vez más competitivas para poder disputar con fuerza a nivel internacional (Restrepo & Arce, 2015).

La competitividad se volvió el factor más importante a alcanzar en los diferentes sectores de la economía. En el caso específico del sector turismo, Bosch (2010), sostiene que este es concebido como una actividad económica que posee grandes potencialidades, toda vez que la logística que demanda el desplazamiento, la estadía y el retorno de los sujetos desde su lugar de residencia al de destino, genera una serie de procesos y movimientos económicos en torno a la oferta y la demanda de productos y servicios. En palabras de las Organización Mundial del Turismo – OMT (2015), la actividad turística ha experimentado un continuo crecimiento, llevándolo a considerarse como uno de los sectores económicos con mayor índice de crecimiento en el mundo, al punto de afirmar que ha superado las exportaciones de productos alimenticios, automóviles, entre otros. Igualmente, sostiene que el turismo es el motor clave para el progreso socioeconómico y que éste se consolida con una creciente chequera para los países en vía de desarrollo.

Para Almirón (2004), un destino turístico es el resultado de las relaciones que se dan entre los procesos sociales, históricos, los intereses de los actores involucrados en la práctica, el espacio material (atributos geográficos

del lugar) y los imaginarios que se originan tanto en el lugar de procedencia de los turistas como la identidad construida de la comunidad receptora.

Ahora bien, por ser una actividad comercial, el turismo está expuesto a todos los efectos producidos por las dinámicas internacionales, Jiménez (1993), sostiene que la apertura comercial ha sido un fenómeno de gran trascendencia para la actividad turística, ya que permitió a las empresas de este sector posicionarse en nuevos mercados, pero a su vez provocó un aumento descontrolado de la oferta internacional y con ello hubo una debilitación de la eficiencia comercial y negociadora de la hotelería, generando nuevos desafíos y retos para el sector.

El turismo en Colombia

Para el caso particular de Colombia, la actividad turística se ha incrementado considerablemente, toda vez que goza de reconocimiento por ser un país lleno de maravillas naturales, ciudades históricas y culturales, además de admiración por la capacidad de sobreponerse a circunstancias difíciles y adversas de los procesos sociales que se han desarrollado en su interior. Anudado a lo anterior, posee una situación geográfica estratégica porque es atravesada por la cordillera de los andes y la llanura amazónica (Rivera, 2008). En términos económicos, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MCIT & Departamento Nacional de Planeación – DNP (2014), la actividad turística durante el año 2014 creció en promedio un 4.6%, lo que, según Fraguell & Muñoz (2012), es producto del creciente interés de los turistas, especialmente de los provenientes de países desarrollados, por visitar lugares con condiciones naturales y culturales exóticas, que rompan con los esquemas tradiciones de la urbe. De acuerdo a las cifras de la OMT, en el 2001 el ingreso de extranjeros a Colombia (información omt-das, no incluye el ingreso de visitantes internacionales por frontera terrestre ni cruceros) fue de 616.000. A partir de este año se observa un incremento considerable que asciende a un total de 1'383.851 en 2009. (Olivera, *et al* 2011).

Según el Plan Nacional de Desarrollo del gobierno Colombiano "*todos por un nuevo país*" (2010-2014), el turismo es una apuesta productiva común en todos los planes regionales de competitividad de los departamentos del país y tiene el potencial de convertirse en un gran motor de desarrollo regional. Sin embargo, para desarrollar el potencial del turismo

en todo el territorio, es necesario superar algunas limitaciones del sector como son: (i) baja capacidad institucional local para la formulación y ejecución de planes de desarrollo turístico, (ii) poca oferta de productos turísticos de acuerdo a las vocaciones locales o regionales, (iii) baja calidad de servicios, poca calificación de personal y reducida disponibilidad de personal bilingüe, y (iv) insuficiente y baja calidad de la infraestructura soporte para el turismo.

En este mismo orden, la Política Nacional de Turismo enmarcada en el “Plan Sectorial 2011 – 2014 Turismo: factor de Prosperidad para Colombia”, sugiere dirigir los esfuerzos a mejorar la competitividad del sector tanto en los productos como en los destinos. Puntualmente, el plan atiende puntos como el fortalecimiento de la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional, el mejoramiento en la calidad de los servicios y destinos turísticos, promover la formalización, el fortalecimiento de las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo, el mejoramiento de la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo, el impulso a la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional, el fortalecimiento al desarrollo de productos turísticos especializados y las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo.

Hotelería y ecoturismo en Florencia Caquetá

La población de Florencia fundada en el año de 1.902 es reconocida en el contexto mundial como la “Puerta de Oro de la Amazonía Colombiana”. Su ubicación en el piedemonte de la cordillera oriental y su cercanía con la espesa selva, le permiten un contraste de paisaje realmente maravilloso (Barón, 2014), lo que le ha permitido consolidarse como un destino turístico atractivo para nacionales y extranjeros, ya que es una de las más fascinantes y exóticas ciudades del país, posee ambientes refinados de singular belleza como sus inmensos paisajes naturales, el piedemonte amazónico caracterizado por sus empinados cerros y laderas que bordean la ciudad, diversas especies de fauna contemplan aún el despertar y orientan el inicio y el final de las labores cotidianas de sus gentes, que adornados por los majestuosos arboles nos dibujan distintas formas y salpican las montañas y la llanura que componen el entorno de nuestra zona tropical (Alcaldía de Florencia, s.f.)

La ciudad ofrece una amplia variedad de restaurantes y sitios de esparcimiento nocturno, la mayoría de ellos ubicado en la zona rosa de la ciudad, cerca del parque longitudinal Paseo de los Fundadores. Destacan de igual forma sus parques, iglesias, edificios históricos y construcciones modernas. En Florencia existen múltiples monumentos públicos que rinden homenaje a los personajes y hechos históricos de la región, siendo los más conocidos: el Monumento a los Colonos, a la Diosa del Chairá y a la Ciencia, Hombre y Manigua (El Campo La ventana productiva, s.f.)

Como consecuencia de las grandes riquezas naturales de Florencia, el turismo del municipio va dirigido a la interacción con el medio ambiente, actividad conocida como ecoturismo que para el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2015), es la modalidad turística especializada y sostenible, enfocada a crear conciencia sobre el valor de las áreas del sistema, a través de actividades de esparcimiento tales como la contemplación, el deporte y la cultura, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos de conservación y a la generación de oportunidades sociales y económicas a las poblaciones locales y regionales.

La práctica del ecoturismo perfila a Florencia como destino atractivo para nacionales y extranjeros, además que sus condiciones amazónicas facilitan crear en los visitantes una mayor conciencia y sensibilidad hacia la conservación del medio ambiente. De esta manera el ecoturismo se plantea como una actividad válida para conseguir grandes avances y mejorar el desarrollo económico del municipio como tal, pues no solo se busca incrementar el turismo, sino también la competitividad del mismo permitiendo abrir nuevas puertas a inversiones futuras (Cámara de Comercio; Alcaldía de Florencia; Corporación Turística del Caquetá, 2012).

El Plan de Desarrollo Turístico del Caquetá -PDT(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012) está enmarcado dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, el Plan Sectorial de Turismo, el Plan Departamental de Desarrollo 2012-2016 y se nutre del POT de Florencia para su marco de ordenamiento territorial. Del PDT del departamento, se desprende el PDT del Municipio de Florencia.

En este orden, el “Plan de Desarrollo Turístico Municipio de Florencia 2012 – 2019” “Prosperidad para los Florencianos” va encaminado a fortalecer, promover y fomentar la actividad ecoturística, para impulsar la competitividad y productividad del municipio, en

razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta de servicios de calidad, en armonía con la diversidad ambiental y cultural existente que permitan posicionar al Municipio de Florencia, como destino ecoturístico. Dentro de sus estrategias el plan propone: el mejoramiento y la consolidación de la competitividad, incluyendo la calidad de los prestadores, de los destinos y de los productos turísticos, mejoramiento de la infraestructura turística incluyendo una mejor conexión por vía fluvial y terrestre, fortalecimiento del mercadeo, la promoción y la comercialización de destinos y productos turísticos, creación de un sistema de promoción turística, apropiación de recursos para apoyar iniciativas productivas de las comunidades, capacitación y educación para cimentar una cultura turística, fomento a la organización de las empresas que prestan servicios turísticos en el municipio, gestión integrada de componente medio ambiental, concertación entre sector público y privado para la ejecución de acciones del plan y gestionar recursos de cooperación para cofinanciar proyectos integrados a aspectos ambientales y turísticos.

La problemática

Si bien Florencia puede ser un destino turístico interesante, con particularidades y especificidades propias de la puerta de oro a la Amazonia, para que esto se convierta realmente en una alternativa lícita de ingresos para parte de la población Caqueteña, no basta con que este asunto de interés se vea reflejado en los planes a diferente nivel, es preciso como primera medida siguiendo a Oreja (2000), antes de cualquier promoción, paquete de sitios a visitar y demás, conviene revisar qué tanto la ciudad cuenta con la infraestructura necesaria para atender a los visitantes en las condiciones de calidad que este tipo de servicios requiere.

Es común encontrar que los visitantes quieren que el sitio donde se hospeden, tenga una gran diversidad de actividades, comodidad, tranquilidad y prefieran hoteles que demuestren su compromiso ambiental, con el cuidado de la naturaleza, característica del entorno amazónico. De igual forma que las estrategias de comunicación sean fluidas en los diferentes idiomas y que un visitante extranjero pueda comunicarse con facilidad.

Esta situación plantea dos problemáticas concretas en el turismo del municipio de Florencia:

Si bien es claro que existe una preferencia de los turistas por acceder a hoteles con responsabilidad ambiental, ¿qué tanto la oferta hotelera del municipio de Florencia, ha logrado iniciar o avanzar hacia estos procesos que ayudarían a que el sector fuese más competitivo?

Por otro lado, si también es claro que a la ciudad llegan con frecuencia visitantes angloparlantes, ¿cuál ha sido y cuál debería ser la estrategia de comunicación con ellos?, teniendo en cuenta que el equipo humano que atiende en los hoteles, usualmente no es una población bilingüe.

Teniendo en cuenta estos interrogantes, existe una hipótesis de entrada y es, que si bien el servicio de hotelería en la ciudad de Florencia ha crecido considerablemente en los últimos dos años en términos de cantidad, la condiciones que estos ofrecen a los visitantes son básicas, pues son hoteles pensados dentro de la ciudad, cerca de las zonas de mayor dinámica comercial y con muy pocas actividades que reflejen su compromiso ambiental.

De igual forma, se considera que no existe una estrategia de comunicación para atender a los visitantes angloparlantes que permita una comunicación fluida y fácil entre ellos y el personal que los atiende.

Es por lo anterior que el objetivo del presente artículo es poder analizar el avance de la infraestructura hotelera hacia la implementación de medidas ambientales y evaluar las estrategias de atención a los visitantes angloparlantes, siendo estos dos de competitividad de gran relevancia en el sector turismo en el municipio de Florencia. Se espera con ello poder generar un camino claro y construir herramientas que permitan el mejoramiento del sector, en un momento crucial para el municipio, donde el número de visitantes ha crecido considerablemente.

Para el desarrollo del objetivo general de este trabajo, es preciso entender algunos términos como Ecohotels, que hace referencia a establecimientos que respetan y valoran el medio ambiente (Villaroel, 2014); las buenas prácticas ambientales para los hoteles, se traducen en aquellas acciones concretas que se adelantan en estos establecimientos para emplear de manera responsable los recursos naturales (Área Metropolitana del Valle de Aburrá, 2005).

Es así como el presente texto da a conocer los resultados de un proceso de investigación desarrollado con

los hoteles del municipio de Florencia Caquetá, durante el período comprendido entre los meses de junio a septiembre de 2015. En el recorrido de este documento el lector encontrará inicialmente, los términos conceptuales requeridos para una mejor comprensión del tema; luego ya en el trabajo de campo el documento está dividido en dos acápite que son los dos factores de competitividad estudiados: las competencias en el idioma inglés y las medidas verdes que algunos hoteles han adoptado también como parte de su responsabilidad ambiental.

En este orden de ideas y aun reconociendo que el mejoramiento de la competitividad es un tema de interés por parte de los administradores de los hoteles, fue preciso tener claridades acerca de su percepción alrededor del idioma inglés como factor de competitividad. En este sentido se presenta tanto el imaginario de los administradores de los hoteles alrededor de este tema, como la experiencia que su equipo humano ha tenido con turistas angloparlantes; como producto de lo anteriormente analizado, se presentan lineamientos que a sus juicios debería tener una guía didáctica en inglés que permitiera tener una comunicación asertiva a través del idioma inglés.

Posteriormente, el escrito deja ver el estado actual de los hoteles en el otro factor de competitividad, en este caso la incorporación de medidas verdes, analizadas en todo el recorrido de la actividad que desarrollan. Finalmente se presenta una rigurosa exposición de la ruta a seguir para lograr el mejoramiento de estos dos factores en el sector hotelería y turismo.

Aspectos metodológicos

La presente investigación se realizó en el municipio de Florencia. Involucró dentro de su universo poblacional a los hoteles de la ciudad tanto en su zona urbana como periurbana. El estudio de caracterización en el sector hotelero y la adopción de acciones para el avance en materia de competitividad en las líneas de mejoramiento del idioma inglés y la implementación de acciones verdes, de responsabilidad ambiental y se realizó entre los meses de marzo a octubre de 2015. El enfoque de investigación empleado fue exploratorio de carácter empírico analítico en razón a que se buscó la explicación, la determinación de causas y efectos cuantitativamente comprobables y repetibles en contextos diversos con variables de control (Gutiérrez, 2014).

Para estos efectos, la población seleccionada como objeto de estudio de la investigación, fue la base de

datos de los 44 hoteles que se encuentran registrados como hoteles en la Cámara de Comercio del Municipio de Florencia.

Para las dos líneas de competitividad se realiza una descripción más detallada en lo sucesivo del texto.

Mejoramiento en la calidad del servicio en términos de la comunicación con los visitantes angloparlantes.

El análisis del avance de este factor de competitividad tuvo dos énfasis, la caracterización de la percepción social de los administradores de los hoteles acerca de la necesidad de manejo del idioma inglés y la determinación de los elementos básicos para la formulación o diseño de una guía didáctica en inglés, que permitiera el mejoramiento de la competitividad en el servicio hotelero. Para la producción de los datos se acudió a la encuesta como herramienta de levantamiento de la información primaria. La encuesta, es un instrumento que se utiliza precisamente para recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra. La información recogida en este caso se empleó en un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o precisa (Rojas, 2000).

Para la construcción de la encuesta empleada en el presente estudio, se tuvieron en cuenta algunos aspectos relevantes que surgieron a partir de las necesidades de la investigación, específicamente según las variables determinadas, entre ellos la cantidad de angloparlantes que habían visitado los hoteles en los últimos 12 meses, el nivel de dificultad para comunicarse con ellos, la pertinencia de la guía básica en inglés y las consideraciones en su estructura.

Determinación de los avances de los hoteles en el marco de la incorporación de las medidas verdes como estrategia para mejorar la competitividad.

Una de las características que ayuda a los turistas a la hora de elegir un hotel, es precisamente su responsabilidad ambiental, el acceso a espacios verdes donde se pueda apreciar el paisaje, la posibilidad de un atractivo natural y sentir el aire puro, son elementos de peso para tomar una decisión acerca de donde descansar; de esta manera, el compromiso con el ambiente, resulta ser un factor de competitividad en el mercado.

Teniendo claro el concepto de buenas prácticas ambientales, se procedieron a elaborar una lista de

chequeo con las actividades que podrían dar cuenta de que los hoteles realizaban actividades verdes y permitía identificar cierto interés en convertirse a futuro en ECOHOTELES.

Es necesario precisar que se eligió la lista de chequeo como técnica para el levantamiento de la información, pues esta permite realizar un primer inventario o verificación de las características del hotel, identificar puntos débiles así como oportunidades de mejora a través de la verificación de un listado de aspectos presentes o no en el área a revisar (UNAD, s.f.).

En este caso, para la elaboración de la lista de chequeo se tuvieron en cuenta 11 variables de características ambientales consideradas prioritarias para que un hotel sea caracterizado como comprometido con el cuidado del medio ambiente, tales como: reutilización del agua, uso de luces inteligentes, manejo de reciclaje, existencia de zonas verdes, interés en ser un ECOHOTEL, aprovechamiento de aguas lluvias, presencia de un sistema automático de racionalización del agua, uso de bombillos ahorradores, trabajo con paneles solares y finalmente si daban la oportunidad a las personas de elegir la frecuencia para el cambio de sábanas. Además de lo anterior, se consultó el interés del hotel para convertirse en ECOHOTEL.

Resultados

Caracterización de la percepción social de los administradores de los hoteles, objeto de la muestra acerca de la importancia y la necesidad del manejo del idioma inglés.

Según el Programa de Tendencias del Turismo (2010), la formación y perfeccionamiento de los recursos humanos es un tema prioritario de las organizaciones dedicadas al turismo, toda vez que se debe buscar la satisfacción de las expectativas y la fidelización del cliente, para ello es vital el fortalecimiento de competencias en nuevas tecnologías, psicología del consumidor e idiomas, pues estos elementos se convertirán en estratégicos para el crecimiento de la industria.

Al indagar sobre la presencia de huéspedes angloparlantes, se encontró que en los últimos 12 meses, el 56% de los hoteles encuestados habían recibido entre 0 y 5 visitas -dentro de los cuales el 78% de éstos reportaron entre 4 y 5 visitas-; el 19% de los hoteles recibieron entre 5 y 10 huéspedes con esa

condición, y; el 25% restante afirman haber recibido más de 10 visitantes angloparlantes. Estas frecuencias de visita, lejos de estar compitiendo con los indicadores a nivel nacional, se convierten en una manifestación de una marcada tendencia de presencia de extranjeros angloparlantes en el municipio de Florencia.

Respecto a los niveles de dificultad para interactuar con los angloparlantes, se encontró que el 31% de los hoteles afirma tener mínimos niveles de dificultad al momento de interactuar con ellos; el 63% reporta un grado de dificultad medio; el 6% restante aseguraron haber tenido niveles altos para desarrollar interacción con los angloparlantes. Este escenario genera un aparente parte de tranquilidad respecto a la forma y las estrategias de comunicación desarrolladas para la atención de los angloparlantes, toda vez que solo el 6% de la muestra manifestó poseer altos niveles de dificultad. Sin embargo, al indagar sobre vinculación de personal con manejo del idioma Inglés al hotel, el 69% sostuvo que no contaban con personal con competencias en el idioma inglés, lo que conlleva a pensar que la comunicación oral directa no es utilizada con los visitantes angloparlantes.

Al indagar sobre las estrategias de comunicación utilizadas para la interacción con los angloparlantes que visitaban los hoteles, se halló que el 37% de los establecimientos ha utilizado un intermediario, quien generalmente es un acompañante de angloparlante o un funcionario (externo) delegado para acompañar y guiar al visitante; el 63% afirma que utilizó señas, mímicas y expresiones corporales para poder entablar comunicación. Estos escenarios según Innovtur (2015), deben reducirse a la mínima expresión, debido a que el dominio del idioma inglés, especialmente dentro del sector hotelero, constituye una herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle, desde la información turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas, pasando por las empresas de intermediación, alojamiento y transporte.

Ahora bien, como cualquier organización, el talento humano debe estar en la disposición de transformar las debilidades de la organización, buscando que estas se conviertan en una fortaleza organizacional. Sobre el particular, los administradores y empleados de los hoteles son conscientes de la necesidad de que su personal mejore sus competencias en torno al idioma inglés y de esta manera poder brindar una atención adecuada a los visitantes. En este sentido, se exploraron tres posibles estrategias para superar esta debilidad:

(1) Una guía didáctica funcional para el angloparlante y el personal del hotel. (2) El personal del hotel ingrese a un proceso de formación de esta competencia y (3) la realización de un club de conversación en el hotel con estrategias de manejo informativo de los dos idiomas.

La opción con mayor acogida fue la elaboración de una guía didáctica con escenarios cotidianos y básicos para la interacción con los angloparlantes; el 25% de la muestra la considera como muy pertinente; el 50% como pertinente; mientras que el 25% restante la consideran poco pertinente o no pertinente. Estos últimos obedecen a hoteles con poca o nula frecuencia de personal angloparlante, no obstante, el 75% de los encuestados considera procedente la elaboración de este documento como una estrategia de interacción. La preferencia de la guía, entre otras razones, radica de la posibilidad de a través de unos escenarios base, generar todo un proceso de comunicación no verbal, en palabras de Holder (2011), los dirigentes de los hoteles harían uso de la expresión como estrategia de comunicación.

Determinación de los elementos básicos para la formulación o diseño de una guía didáctica en inglés, que permita el mejoramiento de la competitividad en el servicio hotelero.

Aguilar (2004) define a las guías didácticas como una herramienta valiosa de apoyo y motivación, convirtiéndolas en documentos clave para el éxito de los procesos que con ellas se desarrollen. Así mismo, García (2009), sostiene que las guías didácticas deben ser un instrumento idóneo para orientar, facilitar, ayudar y aplicar los conocimientos allí consignados, además, para integrar los medios y recursos disponibles en el entorno, logrando de esta manera consolidar un documento que asegure el éxito del proceso.

En este sentido, se indagó a los hoteles sobre las características que, desde su juicio, debería contener la guía didáctica, buscando caracterizar el prototipo deseado por el sector. Se encontró que el 38% prefiere una guía animada, caracterizada por escenas básicas, donde prime la existencia de dibujos y escenarios cotidianos; el 31% prefieren una organización tradicional, donde se encuentre las posibles escenas enlistadas de manera alfabética, facilitando de esta manera la búsqueda; 25% de los encuestados no presentan inclinación alguna, afirmando que lo verdaderamente importante es contar con la disponibilidad del material; el 6% restante, sostiene

que la guía debería estar estructurada por situaciones, clasificando actividades cotidianas. Así las cosas, es claro que, ante las debilidades en el dominio de un segundo idioma, la generación de una guía didáctica para la interacción con Angloparlantes, permitirá mejorar las condiciones en la prestación del servicio, haciendo más competitivo y agradable al hotel, especialmente ante la mirada de personas con mínimos dominios del idioma español.

En este sentido, Barrera *et al* (2013), sostienen que una de las principales herramientas para la dinamización de la hotelería del país, ha sido apostarle al mercado extranjero, para finales del año 2012 visitaron el país 1,9 millones de turistas, lo cual representa un gran número, sin embargo, la meta está en aumentar la entrada de 4 millones de visitantes, igualando esta cifra a la de Perú, país vecino que le lleva a Colombia una gran ventaja en cuestiones del turismo extranjero. Igualmente, sostienen que el hospedaje, alimentación, transporte y comunicación, son actividades primarias del sector turismo, siendo esta última una situación estratégica para garantizar una política expansionista, bajo condiciones de diferenciación y ventaja competitiva.

Determinación de los avances de los hoteles en el marco de la incorporación de las medidas verdes como estrategia para mejorar la competitividad

López *et al* (2012), sostienen que una de las fortalezas más latentes que poseen las cadenas hoteleras sobre los hoteles independientes, radica en la localización, tecnologías de la comunicación y experiencia acumulada en el manejo del turismo de negocios, hecho que coincide con lo que sucede a nivel nacional e internacional, donde las cadenas hoteleras internacionales se encuentran en expansión, a través de formas como la asociación de marcas, en lugar de inversiones directas. Este escenario induce que los pequeños hoteles al desarrollo de factores diferenciadores que les permitan su sostenibilidad en el gremio y permanencia de la organización en el tiempo.

Para el caso del municipio de Florencia, la estratégica posición geográfica y composición de paisajes verdes, que no han sido alterados por el efecto colonizador del hombre, se convierten en una ventaja competitiva, la cual, si se direcciona de una forma estratégica, puede convertirse en una gran plataforma para la "Puerta de Oro de la Amazonia". En este sentido, el

valor agregado que brinda el entorno a la industria hotelera, conlleva a la consolidación de un residente concepto en el mercado del turismo, los ecohoteles. Estos según Centeno y Cazar (2011), deberán tener como propósito brindar a sus visitantes un espacio natural, agradable y divertido donde los huéspedes puedan descansar y disfrutar de un pleno estilo de vida que respeta el medio ambiente y conviva de forma armónica y sostenible con él.

Ahora bien, al indagar sobre este concepto se halló que aunque el 36% de los hoteles del municipio de Florencia, expresaron su interés en convertirse en ECOHOTELES, las actividades que han desarrollado para acercarse a este logro aún son pocas, lo que los hace estar lejos de este objetivo. En este orden, se tiene que de las 9 actividades de responsabilidad ambiental consultadas y que son necesarias para que los servicios de hotelería sean más competitivos a través de la posibilidad de ser ECOHOTELES, solo se pudo ver un avance significativo en dos actividades: el uso de bombillos ahorradores, en el 98% de los hoteles y la implementación de actividades de reciclaje, en el 84% de estos. Al revisar el conjunto de actividades consultadas, se tiene que estas dos son las más fáciles de implementar, pues el hotel no incurre en un elevado costo económico, además en el caso del servicio eléctrico, la inversión realizada es compensada con la disminución del costo de la energía en el mes inmediatamente siguiente. Al continuar con el análisis, se halla que cuando se requiere hacer una inversión mayor como lo es la actividad de luces inteligentes, con el sistema automatizado de encendido y apagado con respuesta al movimiento; se halla que el porcentaje descende considerablemente pues tan solo 17 de los 44 hoteles consultados, han realizado tal inversión.

En términos de la generación de un adecuado microclima para el huésped, atendiendo a que las condiciones climáticas del municipio de Florencia se caracterizan por tener temperaturas altas que en la media llegan a los 28°C, se tiene que el 100% de los hoteles han incorporado el servicio de aire acondicionado, sustituyendo en la mayoría de los casos los tradicionales ventiladores, en este caso, es necesario precisar que el consumo promedio de la energía eléctrica de un ventilador es de 0,09 KWh y de una aire es de 1,013 KWh, siendo el consumo de energía eléctrica mucho mayor en el aire que con los ventiladores. No obstante, también existen medidas más sostenibles que ayudan a mitigar las altas temperaturas del microambiente, como por ejemplo

los diseños de construcciones con ventilación cruzada; sin embargo, en la mayoría de los casos en los hoteles analizados, esta posibilidad de aprovechar el viento para enfriar las habitaciones, solo se tienen en parte de las habitaciones de los hoteles, solo en promedio dos por piso – las que dan a la calle- pues la demás se han construido en las partes posteriores, donde por un lado no se puede aprovechar la luz, ni tampoco la ventilación natural. Finalmente, la disposición de zonas verdes en las instalaciones de los hoteles, también es una forma de mitigar las altas temperaturas, sin embargo, solo 4 hoteles aseguraron disponer de ellas.

En este orden de ideas, si bien las estrategias para el ahorro de la energía eléctrica y el aprovechamiento de la luz del sol son insignificantes, aun sabiendo que el costo por KW en zona comercial del municipio de Florencia es de \$480.94, no se identificó en alguno de los hoteles el uso de paneles solares, que busquen la sustitución periódica de la dependencia de la energía eléctrica. No obstante, la situación se hace más crítica al evaluar las acciones adelantadas por los hoteles para la conservación, el ahorro y el uso eficiente del recurso de agua. Las inversiones en esta materia son mínimas, el aprovechamiento de las aguas lluvias solo se realiza en el 18% de los hoteles consultados; el uso de técnicas para la reutilización del agua en el 20% y solo 5 hoteles que corresponde al 11% han implementado un sistema automatizado para el ahorro del agua y ninguno brinda la posibilidad al huésped de elegir la periodicidad en el cambio de sábanas (Tabla 1):

Tabla 1

Variables ambientales	% de hoteles que las han incorporado
Reutilización del Agua	20%
Luces inteligentes	39%
Reciclaje	84%
Zonas Verdes	9%
Aprovechamiento aguas lluvias	18%
Sistema automático de racionalización del agua	11%
Bombillos ahorradores	98%
Trabajan con paneles solares	0%
Dan la oportunidad a las personas de elegir la frecuencia para el cambio sábanas	0%

Los hoteles que mostraron haber adelantado un mayor número de acciones que demuestran su interés y compromiso ambiental son: el Caquetá Real y el Hotel Florencia Inn, son dos hoteles relativamente

nuevos que quedan dentro de la ciudad. Los hoteles que demostraron menor avance en estas temáticas, se halla el tradicional Hotel Kamani y algunos más pequeños como el Emaya, el Cristal y Astor Plaza. Infortunadamente solo 16 de los 44 hoteles, les interesaría convertirse en un ECOHOTEL, de los cuales ya 11 sugieren o tienen información de lugares como destinos ecoturísticos.

Estas realidades, lejos de generar el cumplimiento de las metas municipales y departamentales en torno al Ecoturismo, son un claro reflejo de las amenazas que presenta el sector turismo del municipio de Florencia, toda vez que existe un marcado desinterés por armonizar la industria, sintonizar las tendencias nacionales e internacionales, y lo más preocupante por aprovechar las bondades del entorno. Este escenario puede generar perjuicios y estancamientos sobre el sector a corto plazo, máxime porque según Guisarre (2013), Los eco-hoteles a nivel mundial se han constituido como un pilar de una modalidad viajera que crece 10%, atrayendo a cuatro millones de personas y generando una riqueza superior a los US\$4.000 millones cada año.

Este escenario demanda una sólida intervención del sector gubernamental, las autoridades comerciales y los gremios del sector hotelero, que permitan generar condiciones para la transformación de la actividad en el municipio, permitiendo el aprovechamiento de las condiciones naturales, cumpliendo de esta manera con lo dispuesto por los ministerios de CIT y AMDT (2003), *"Hoy se concibe al turismo como una de esas actividades integradoras que, bien planeada, ayuda a aprovechar inteligentemente la dotación de recursos que brinda la naturaleza a los diversos grupos humanos. Además de permitir la aplicación del concepto de sostenibilidad, es una de las herramientas más adecuadas para que tanto el residente como los visitantes se sensibilicen en el respeto y en la racional utilización de la naturaleza"*, y garantizando la minimización de los riesgos planteados por Rebolledo (2012), referentes a pauperización de la mano de obra, deterioro de los escenarios naturales y la generación de económicas utópicas para los habitantes.

Conclusiones

En primera medida, el gobierno plantea que para lograr que el país se convierta en un destino reconocido internacionalmente se fortalecerán las habilidades y competencias del talento humano vinculado al sector,

por el contrario, es importante resaltar que mediante los resultados obtenidos en las encuestas, el número de visitantes angloparlantes a los hoteles del municipio es realmente representativo, pero los hoteles no están preparados lo suficientemente en materia de calidad, comunicación, prestación de servicio e infraestructura, para generar un ambiente de competitividad y crear en los visitantes la semilla para regresar. Específicamente, se presenta la falta de personal capacitado que tenga el manejo del inglés de forma que contribuya con el valor agregado de los hoteles, debido a factores como la globalización y apertura económica, se considera de vital importancia que el número de angloparlantes aumente y que de ésta manera se contribuya al mejoramiento económico del municipio.

Florencia cuenta actualmente con un total de 44 Hoteles registrados en la Cámara de Comercio, y aunque la mayoría han empezado a buscar alternativas de implementar en sus instalaciones mecanismos amigables para el medio ambiente, solo 11 Hoteles manifiestan la intención de posicionarse como un destino turístico, y únicamente 16 de ellos tienen planeado convertirse en un futuro en ecohoteles. Las cifras del chequeo son realmente poco alentadoras, ya que nos muestra una realidad totalmente controversial a lo establecido en los planes de desarrollo. El municipio y especialmente el sector hotelero no se encuentran preparados para recibir el gran número de visitantes tanto nacionales como extranjeros que se tiene presupuestados y que allegaran a nuestra ciudad en busca de lugares cómodos y espacios naturales para pasar sus vacaciones, sus ruedas de negocios, entre otros.

El sector turístico debe fortalecer la infraestructura de sus instalaciones y mejorar los servicios que se prestan en los Hoteles, dado que como lo hemos visto a lo largo del texto, éste servicio es fundamental para el desarrollo y crecimiento económico del turismo en Florencia.

Otro factor a considerar es el creciente número de extranjeros que llegan a la ciudad, por lo cual es indispensable la implementación de una guía de inglés en el sector hotelero, con el fin de mejorar la interacción con el cliente, brindando unos servicios de calidad, y para que exista una comunicación efectiva como estrategia de valor agregado que contribuiría al desarrollo de la competitividad del sector turístico, y permitiría imponer nuevos retos e innovar para aprovechar las oportunidades.

Lo anterior evidencia que aunque los hoteles manifiestan poder desarrollar niveles de comunicación con los angloparlantes, estos obedecen a estrategias como la intermediación o la expresión corporal, dejando en lugar muy distante la interacción directa y personalizada con el visitante, fenómeno que, de no corregirse, puede convertirse en un contradictor de los propósitos e intencionalidades turísticas del municipio de Florencia. De esta forma se comprueba la hipótesis de la escasa implementación de políticas de mejoramiento en aspectos de comunicación angloparlante y la promoción de actividades de ecoturismo.

Referencias

- Área Metropolitana del Valle de Aburrá. (2005). Manual de buenas prácticas ambientales para los hoteles y restaurantes. Medellín Antioquia. 29 Pag.
- Aguilar F, RM. (2004). *La guía didáctica, un material educativo para promover el aprendizaje autónomo. Evaluación y mejoramiento de su calidad en la modalidad abierta y a distancia de la UTPL*. En: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, volumen 7, numero 1. Loja. Ecuador.
- Alcaldía De Florencia (s.f). *Florencia Caquetá capital ecoturística, puerta de oro de la amazonia*. Disponible en: <http://www.florencia-caqueta.gov.co/presentacion.shtml> . Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015
- Almirón, A. (2004). *Turismo y espacio. Aportes para otra Geografía del turismo*. GEOUSP, Espaço e Tempo, vol. 16. Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de San Pablo.
- Álvarez, Díaz y Álvarez. (2001). *El Sistema canario de innovación y el sector turístico*. Fundación Formación y Desarrollo Empresarial –FYDE. Caja Canarias. Gobierno de Canarias. España.
- Barón, J. (2014). *Florencia, La Puerta de Oro a la Amazonia Colombiana*. En: El espectador.com. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/nacional/florencia-puerta-de-oro-amazonia-colombiana-articulo-531187> Fecha de consulta: 20 de Octubre e2015
- Barrera T, Leyva S, J. Maldonado V.D. Primero C, AM. (2013). *Análisis Sectorial: Sector Hotelero en Colombia*. Proyecto de Grado, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad ICESI. Santiago de Cali (Colombia).
- Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, vol. 3, La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial
- Centeno, F. Cazar, M. (2011). *Hoteles Ecológicos*. Universidad Tecnológica Ecotec. Guayaquil (Ecuador).
- Centro Virtual de Formación Turística – Innovtur. (2015). *La importancia del Inglés en el Turismo*. Disponible en: <http://www.innovtur.com/la-importancia-del-ingles-en-el-turismo/>, consultado el 09.11.2015.
- El Campo La ventana productiva (s.f). *Turismo en Florencia, Caquetá*. Disponible en: <http://www.elcampocaqueta.com/principal/turismo/13-turismo-en-florencia-caqueta>. Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015
- Federación de enseñanza de cc.oo. De Andalucía. (2010). *Ecohoteles: una apuesta de sostenibilidad para el siglo xxi*. En Revista digital para profesionales de la Enseñanza Tema para la Educación N°9. Disponible en: <http://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7349.pdf>
- Fraguell, R. & Muñoz, J. (2002). *Ecoturismo itinerante en el trapezoido amazónico colombiano*. Universidad de Girona – España. Documento en PDF, disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V12/v12n1y2a03.pdf>. Fecha de consulta: 17 de Octubre de 2015
- García A, L. (2009). *La Guía Didáctica*. En: Boletín Electrónico de Educación a Distancia. Disponible en: <http://www.uned.es/catedraunesco-ead/editorial/p7-2-2009.pdf>, consultado el 10.11.2015.
- Gutierrez, M.L. (2014). *Los enfoques filosóficos de generación del conocimiento y las apuestas metodológicas que exigen*. Curso investigación cualitativa aplicada a las ciencias políticas. Universidad Javeriana. Bogotá – Colombia.
- Holder P, RE. (2011). *La Competencia Comunicativa y su relación con la enseñanza del idioma Inglés*. En: Revista Cuadernos de Educación y Desarrollo, volumen 3, No. 28. Universidad de Málaga, España.
- Interficto Seo Linkbuilding (2011). *La gran importancia los alojamientos turísticos*. Disponible en: http://www.articulo.org/articulo/48341/la_gran_importancia_los_alojamientos_turisticos.html. Fecha de consulta: 21 de Octubre de 2015

- Jiménez, A. (1993). *Turismo estructura y desarrollo*. McGraw Hill, México
- López C, E. Castro S, RM. Mercado S, P. Trujillo L, A. (2012). *Análisis de la estructura de la Industria Hotelera. Caso: Hoteles de negocios en la ciudad de Toluca*. En: Revista Gestión Turística, Edición No. 18. Universidad Austral de Chile. Valdivia (Chile).
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Departamento Nacional de Planeación. (2014). *Plan Sectorial del Turismo 2014-2018: Turismo para la construcción de la Paz*. Bogotá
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2012). *Políticas para el Desarrollo del Ecoturismo*. Bogotá (Colombia).
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). *Directrices para la planificación del ecoturismo en las áreas del sistema de parques nacionales*.
- Muller, E. (2003). *Cultura de Calidad del Servicio* (1ª ed.). México: Trillas
- Olivera, M.; Cabrera, P.; Bermúdez, W.; Hernández, A. (2011). *El impacto del transporte aéreo en la economía Colombiana y las políticas públicas*. En *Cuadernos de Fedesarrollo* n.º 34, Colombia.
- Organización Mundial del Turismo – OMT (2015) ¿Por qué el Turismo?. Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>, consultado el 08.11.2015
- Oreja, J. R. (2000). *Análisis estratégico de la empresa hotelera en Canarias*. En: María Mercedes Melchior Navarro (Coord.) Turismo en Canarias. Gobierno de Canarias, FYDE, Caja Canarias, e Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de La Laguna. España.
- Perdomo, M. (2007). Calidad turística, según la Estrategia. *Cuadernos de Turismo*, 10, 7-10. Recuperado el 27 de julio, 2008, de: www.linea-e.com/cuadernos/pdfs/numero10/calidadturisticasegun.pdf.
- Programa de Tendencias del Turismo, Secretaria de Miembros Afiliados a la OMT & Universidad de Malaga. (2010). *Claves del Desarrollo Turístico: El Turismo en el Mediterráneo*. Disponible en: http://www.turismoeuromed.com/fileadmin/archivospdf/DESARROLLO_TURISTICO_DEL_MEDITERRANEO_CLAVES_Y_CIFRAS.pdf, consultado el 08.11.2015.
- Rebolledo S, N. (2012). *Ecoturismo*. Primera edición. Estado de México (México).
- Restrepo, L. & Arce, J. (2015). *Estudio de factibilidad en el desarrollo de una guía en inglés para el sector turístico-hoteler del municipio de Florencia*. Tesis de Especialización. Universidad de la Amazonia, Florencia, Colombia.
- Rivas, J. (2004). *Estructura y Economía del Mercado Turístico* (1ra ed.). España: Septem Ediciones.
- Rivera Ospina, D. (2008). *La Amazonia de Colombia*. I/M Editores.
- Rojas, R. (2000). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México DF: Plaza y Valdez.
- Rueda, N. (2012). *TLC Colombia- Estados Unidos y sus implicaciones en el turismo*. En: Anuario Turismo y Sociedad, vol. XII. Universidad Externado de Colombia.
- UNAD (s.f). *Módulo Medidas Operativas para la Ecoeficiencia Lección 22 Lista de Chequeos*. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358049/Modulo_en_linea/leccin_22_lista_de_chequeo.html
- Villaruel, P. (2014). Los ecohoteles como medida de sustentabilidad para el medio. Disponible en https://prezi.com/pwxvnemhqfkc/los-ecohoteles-como-medida-de-sustentabilidad-para-el-medio/ Fecha de consulta: octubre 20 de 2015.