

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**BACHILLERATO EN TURISMO CON ÉNFASIS EN
HOTELERÍA Y RESTAURANTES**

**RENTABILIDAD DE LOS HOTELES BOUTIQUE
INTELIGENTES Y SOSTENIBLES DE LA ZONA DE
CIUDAD CARIARI, BELÉN**

AUTORA: ANA BELÉN DÍAZ MANCILLA

San José, Costa Rica

Marzo, 2021

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE FIGURAS	4
DECLARACIÓN JURADA.....	6
CONSTANCIA FILOLOGA.....	7
.....	7
DEDICATORIA	8
AGRADECIMIENTO	9
CALIFICACIÓN DEL TUTOR	10
.....	10
RESUMEN EJECUTIVO	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	13
<i>Planteamiento del problema y pregunta</i>	<i>13</i>
<i>Objetivos de la investigación</i>	<i>15</i>
Objetivo General:	15
Objetivos Específicos:	15
<i>Justificación.....</i>	<i>16</i>
<i>Antecedentes.....</i>	<i>17</i>
<i>Proyecciones de la investigación.....</i>	<i>24</i>
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	25
<i>Historia de los hoteles boutique.....</i>	<i>28</i>
<i>Definición de los hoteles boutique</i>	<i>29</i>
<i>Características de los hoteles boutique</i>	<i>30</i>
<i>Tipología de clientes de un hotel boutique.....</i>	<i>31</i>
<i>Clasificación de los hoteles boutique en Costa Rica.....</i>	<i>32</i>
<i>Los hoteles boutique, se denominan empresas con una cantidad mínima de cinco habitaciones, con baño privado y se distinguen por tener la característica de dar un servicio personalizado de alta calidad y confort, teniendo instalaciones lujosas por la exclusividad.</i>	<i>34</i>
<i>Rentabilidad de los hoteles boutique</i>	<i>34</i>
<i>Evolución de los hoteles</i>	<i>41</i>
<i>Hoteles Inteligentes.....</i>	<i>44</i>
<i>Características de los hoteles inteligentes.....</i>	<i>47</i>
<i>Razones porque un hotel deba convertirse en un hotel inteligente</i>	<i>48</i>
<i>La seguridad en los hoteles inteligentes.....</i>	<i>59</i>
<i>Hoteles Inteligentes en el mundo.....</i>	<i>59</i>
<i>Hoteles Inteligentes en Costa Rica.....</i>	<i>61</i>
<i>Sostenibilidad.....</i>	<i>63</i>
<i>Hotel sostenible.....</i>	<i>66</i>
<i>¿Qué necesita un hotel para ser sostenible?</i>	<i>67</i>
<i>Coronavirus: la nueva normalidad en la industria hotelera y turística.....</i>	<i>70</i>
<i>Principales tendencias para la nueva normalidad en la hospitalidad.....</i>	<i>71</i>
<i>Protocolos de seguridad contra el COVID-19 para los hoteles en Costa Rica.....</i>	<i>72</i>

<i>Zona de Cariari de Belén, Heredia</i>	74
<i>Hoteles boutique de la zona Cariari en Belén, Heredia</i>	75
<i>Análisis de Costos de un hotel boutique</i>	79
<i>Otros conceptos:</i>	81
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	82
<i>Enfoque</i>	82
<i>Diseño</i>	83
<i>Fuentes de información</i>	84
<i>Población</i>	85
<i>Muestra</i>	85
<i>Inclusión y exclusión</i>	85
<i>Unidades de Análisis</i>	86
<i>Instrumentos</i>	88
<i>Procedimiento de recolección y análisis de datos</i>	89
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	89
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	128
<i>CONCLUSIONES</i>	128
<i>RECOMENDACIONES</i>	130
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	132
<i>Descripción de propuesta</i>	132
<i>Objetivos propuesta</i>	133
<i>Perspectiva teórica</i>	133
<i>Glosario</i>	136
<i>Propuesta</i>	138
REFERENCIAS	140
ANEXOS	149
<i>Entrevista Propietarios con fines educativos</i>	149
<i>Encuesta</i>	153

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. <i>Crecimiento de viajes internacionales con fines turísticos, a partir de 1950, según la Organización Mundial de Turismo (OMT)</i>	26
Figura 2. <i>Rentabilidad de hoteles boutique explicada desde las teorías de recursos y capacidades, y economía de la experiencia</i>	39
Figura 3. <i>Mercado boutique</i>	40
Figura 4. <i>Género de los encuestados</i>	90
Figura 5. <i>Rango de edad</i>	91
Figura 6. <i>Conocimiento sobre los hoteles boutique</i>	92
Figura 7. <i>Visitas en los hoteles boutique por los encuestados</i>	93
Figura 8. <i>Visitas de los hoteles boutique</i>	94
Figura 9. <i>Servicios que ofrecen los hoteles boutique</i>	95
Figura 10. <i>Conoce que es un hotel inteligente</i>	96
Figura 11. <i>Punto de vista de los encuestados sobre qué es lo que hace que un hotel sea inteligente</i>	96
Figura 12. <i>Hotel inteligente puede ser un hotel sostenible</i>	98
Figura 13. <i>Que tan avanzados en tecnología están los hoteles en general de Costa Rica</i>	100
Figura 14. <i>Herramientas de tecnología inteligente para los hoteles</i>	101
Figura 15. <i>Un hotel boutique puede desarrollarse como un hotel inteligente</i>	102
Figura 16. <i>Un hotel inteligente beneficiaría a los huéspedes</i>	104
Figura 17. <i>Hospedaje en un hotel inteligente</i>	107
Figura 18. <i>Costo por noche en un hotel boutique inteligente y sostenible</i>	108
Figura 19. <i>Hospedaje en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia</i>	109
Figura 20. <i>Género de los encuestados</i>	110
Figura 21. <i>Rango de edad</i>	111
Figura 22. <i>Conocimiento sobre los hoteles boutique</i>	112
Figura 23. <i>Visitas en los hoteles boutique por los encuestados</i>	113
Figura 24. <i>Visitas de los hoteles boutique</i>	114
Figura 25. <i>Servicios que ofrecen los hoteles boutique</i>	115
Figura 26. <i>Conoce qué es un hotel inteligente</i>	116
Figura 27. <i>Punto de vista de los encuestados sobre qué es lo que hace que un hotel sea inteligente</i>	116
Figura 28. <i>Hotel inteligente puede ser un hotel sostenible</i>	117
Figura 29. <i>Qué tan avanzados en tecnología están los hoteles, en general, de Costa Rica</i>	118

Figura 30. Herramientas de tecnología inteligente para los hoteles	119
Figura 31. Un hotel boutique puede desarrollarse como un hotel inteligente	120
Figura 32. Un hotel inteligente beneficiaría a los huéspedes	121
Figura 33. Hospedaje en un hotel inteligente	122
Figura 34. Costo por noche en un hotel boutique inteligente y sostenible.....	123
Figura 35. Hospedaje en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia.....	124

DEDICATORIA

Esta tesina está dedicada:

Principalmente a Dios, a mi familia, a mis amigos y a todas las personas que creyeron en mí y a los que fueron un apoyo emocional en el transcurso para la realización de este proyecto.

A mis padres que siempre han sido mi apoyo principal, siempre me han ayudado y apoyado tanto económica como emocionalmente en el transcurso de mis estudios, me han brindado consejos y me dieron la vida. A mi hermano que me dio su apoyo y sus conocimientos sobre el tema de mi tesina.

A mis amigos, compañeros de estudio y mis maestros por su ayuda y apoyo en el transcurso de la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo utilizo este espacio porque quiero expresar mi gratitud a Dios por todas las bendiciones que he tenido en mi vida, por guiarme en el transcurso de mi vida, a mis padres por haberme dado la oportunidad de poder estudiar una carrera universitaria, por su apoyo incondicional para no decaer cuando todo parecía complicado, con ayuda de ellos puedo culminar mis metas con éxito.

Le doy gracias a mis amigos en general por su apoyo emocional y por darme ánimos, principalmente a mi amiga Daniela Sandoval porque nos apoyamos mutuamente, pero sobre todo gracias por su apoyo emocional.

Quiero agradecer de manera especial a mi tutora de tesis, por haberme guiado no solo con la elaboración de este trabajo, sino también por el apoyo moral y académico que me brindó a lo largo de esta investigación.

Agradezco a todos los docentes y compañeros que con su conocimiento me ayudaron a desarrollarme como profesional en la Universidad Internacional de las Américas.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación está enfocado en la rentabilidad de hoteles boutique inteligentes y sostenibles de la zona de Ciudad Cariari en Belén de Heredia, se desea saber si es factible y viable implementar tecnologías inteligentes y sostenibles en los hoteles boutique convencionales, puesto que es una zona que es reconocida dentro del mercado internacional por los lugares de hospedaje y por la cercanía que tiene del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, de los Centros de Negocios y del Centro de Convenciones de Costa Rica; además de su cercanía con diferentes destinos turísticos, lo cual ayuda a promocionar diferentes tipos de turismo.

En Costa Rica y en el mundo el turismo crece y se incrementan los avances tecnológicos, por ese motivo se debe incentivar la industria hotelera para que sea parte del futuro que es la tecnología inteligente y que va de la mano con la sostenibilidad. La pandemia del COVID-19 ha obligado a que actualmente en la hotelería estén en auge los hoteles inteligentes, ya que se debe de tener el menor contacto posible con otras personas.

Los hoteles boutique son de origen europeo y existen desde la década de los setenta, el primer país donde surgieron fue Londres; de manera que el principal objetivo era crear algo totalmente diferente a las grandes cadenas hoteleras que sorprendiera e impactara en el turismo y en la industria hotelera. La definición de hotel boutique es un pequeño alojamiento que no cuenta con más de 100 habitaciones, con un diseño único y exclusivo, el cual ofrece un servicio de lujo, esto quiere decir que brinda un trato personalizado para cada huésped.

Los hoteles, en general, están en constante evolución y también los hoteles boutique, ya que no deben quedarse atrás de los demás hoteles de las grandes cadenas. En la década de los setenta y en la actualidad siguen siendo lugares de hospedaje que brindan un mejor servicio que los grandes hoteles y eso provoca que sea algo único y novedoso en la industria de la hotelería.

Sin embargo, con el tiempo se crearon los hoteles inteligentes. Se trata de una innovadora idea de hoteles que usan la tecnología para dar un servicio más personalizado, lo cual es lo que hoy en día quieren los turistas, sentirse como en su casa, pero con una

comodidad mejorada. Los hoteles inteligentes ayudan al ahorro de energía, por lo tanto, ayudan al medio ambiente. Por ese motivo, están de la mano con la sostenibilidad, ya que trabajan con las energías renovables y son hoteles amigables con el ambiente.

El método de investigación fue cualitativo, realizado a base de hechos relacionados con los hoteles boutique y los hoteles inteligentes y sostenibles, con el objetivo de definir, caracterizar e implementar estrategias que ayuden a conocer si la rentabilidad de los hoteles boutique inteligentes y sostenibles es posible en Costa Rica.

Los instrumentos que se utilizaron fueron los cuestionarios y las entrevistas virtuales para conocer qué tanto conocen los turistas nacionales e internacionales y los propietarios de los diferentes hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari sobre los temas de los hoteles boutique, hoteles inteligentes y sostenibles; de igual forma, se utilizaron esos instrumentos para evaluar si la rentabilidad de los hoteles boutique es certera o no en esa zona.

Al obtener los resultados, se recomiendan algunos aspectos importantes como incentivar, con ayuda del gobierno, a los propietarios de los hoteles boutique sobre la implementación de tecnología inteligente en cada establecimiento así como, darle mayor importancia a la sostenibilidad en los hoteles; además de tener una mayor publicidad sobre los hoteles boutique del país para que los turistas nacionales visiten más estos establecimientos y se pueda lograr una mayor rentabilidad en los hoteles boutique de Costa Rica.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema y pregunta

El turismo se considera como una de las industrias más importantes del mundo, ya que es una herramienta eficaz para diversificar y activar las economías de los países, al incrementar gracias al aumento de la riqueza mundial, debido a que cada país se diversifica y se desarrolla.

El principal generador de la economía de Costa Rica es el turismo, ya que su crecimiento está en todo el país debido a que se pueden satisfacer las diferentes expectativas de los turistas que vienen al país cada año. Más de un millón de turistas visitan Costa Rica, gracias al turismo ecológico y de aventura, esto provoca que sea el principal generador de divisas sobrepasando las actividades tradicionales como lo es el cultivo de café y banano. (ICT, 2017).

Gracias a que el turismo es una de las economías más fuertes en el país, ha ocasionado que los lugares de hospedaje incrementen, se diversifiquen y que se modernicen en el ámbito del hospedaje. Hay diferentes tipos de lugares para hospedarse como hoteles de cadena, Bed & Breakfast, hostales, resorts y hoteles de playa, hoteles boutique; entre otros.

Debido a que los turistas son cada vez más exigentes al momento de contratar algún servicio turístico, la preferencia se enfoca en buscar alojamiento que tenga un valor añadido para el huésped. Los hoteles, en general, son alojamientos turísticos convencionales y más populares, actualmente existe una gran variedad de tipos de alojamientos turísticos con diversos factores, funciones y servicios que ofrecen.

En los alojamientos turísticos se espera avanzar por medio de la innovación, por lo que constantemente se está ofreciendo un servicio personalizado y diferencial para el cliente, con el objetivo de que la experiencia del huésped en el establecimiento sea única y desee regresar a dicho lugar. Este tipo de servicios lo podremos ver en los hoteles boutique.

Los hoteles boutique han existido durante ya varios años, son ese tipo de establecimientos con ambientes íntimos y poco convencionales, con un toque de lujo y exclusividad en su decoración, de pequeño tamaño y que usualmente se ubican en antiguas

edificaciones. Este tipo de establecimiento ofrece un servicio y atención personalizada, privacidad con instalaciones extraordinarias y únicas.

Por medio de los avances que han ocurrido con el tiempo, se logra una evolución en el sector turístico con los diferentes tipos de establecimientos de hospedaje en conjunto con la tecnología, lo que crea grandes innovaciones como lo son los hoteles inteligentes. Se necesita que haya un progreso en el turismo debido a que la sociedad sigue avanzando, pero para poder ser útil en este mundo se necesita mejorar y para eso se debe innovar.

Los hoteles inteligentes, en la actualidad, son una innovación para el sector turístico del mundo, debido a que estos proporcionan tecnología diseñada para mejorar la experiencia del huésped y lograr un turismo inteligente. La demanda hotelera marca que los hoteles se deben amoldar a sus huéspedes del siglo XXI, dichos clientes son aquellos que exigen una máxima personalización en el servicio y esperan tener una mejor estadía que en su casa. (Ruíz, 2018).

Por eso es necesario conocer las necesidades y preferencias de cada cliente, cuando se tenga conocimiento de esto se podrá personalizar el servicio y para lograr esto se necesita de la inteligencia artificial. Los avances de la tecnología también pueden mejorar el consumo y administrar mejor los recursos, un hotel inteligente será sostenible, lo que quiere decir que es una innovación verde.

Ante esta situación también existen desventajas que pueden ser el problema de esta investigación, una de ellas sería que muchas personas que no están familiarizadas con este tipo de tecnología tan avanzada no serían capaces de manejar el sistema. Otra desventaja sería el precio, debido a que la inteligencia artificial es muy costosa, solo podría estar accesible para la clase alta, esto ocasionará que no todos los turistas puedan hospedarse en un hotel boutique inteligente.

Sin embargo, al ser una de las posibilidades que da la tecnología a la industria hotelera, es una idea de innovación, tal y como se describe en esta investigación, los hoteles del país aún comienzan a encaminarse entonces no existen hoteles boutique inteligentes y sostenibles en Costa Rica, pero hoteles sostenibles sí.

También se desconoce si realmente existe un nicho de mercado en el cual se pueda desarrollar este negocio, así como el nivel de aceptación que podría tener el mercado, si

están dispuestos a pagar un precio justo por el servicio brindado y si con el tiempo este puede volverse un negocio rentable.

Así es como surge la siguiente pregunta: **¿Será rentable convertir un hotel boutique convencional a un hotel boutique inteligente y sostenible?**

Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Identificar la rentabilidad de los hoteles boutique inteligentes y sostenibles de la zona de Ciudad Cariari, Belén.

Objetivos Específicos:

Explicar el nivel de evolución en el tiempo de los hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari, Belén.

Analizar la rentabilidad de los hoteles boutique desde una perspectiva del servicio personalizado.

Analizar el conjunto de experiencias que tienen los huéspedes en los hoteles boutique.

Analizar los pro y contra de la factibilidad de transformar un hotel boutique en un hotel inteligente.

Recomendar una serie de estrategia para que los hoteles boutique se transformen en hoteles inteligentes.

Justificación

Esta investigación llamada: “Estudio sobre la rentabilidad de los hoteles boutique inteligentes y sostenibles en la zona de Ciudad Cariari, Belén”, espera analizar el nivel de factibilidad que los hoteles boutique convencionales para convertirse en hoteles inteligentes y sostenibles; es decir, plantear la posibilidad de establecer si es rentable o no que exista en la zona de Ciudad Cariari en Belén, hoteles boutique inteligentes y sostenibles.

La investigación servirá para determinar el nivel de la rentabilidad de este tipo de alojamiento y también para favorecer al medio ambiente con las nuevas tecnologías inteligentes sostenibles que ayudan con el ahorro de energía y de los diferentes recursos que en la actualidad pueden contribuir con su cuidado y, por consiguiente, dar a los huéspedes una mejor e innovadora estadía en los hoteles boutique de la zona; para que Costa Rica pueda entrar en el mundo de la tecnología inteligente y la sostenibilidad.

Los hoteles inteligentes y sostenibles tienen una gran trascendencia para la sociedad en diferentes países del mundo, debido a que es un tema muy conocido e innovador, todavía más para Costa Rica porque aún es un proyecto nuevo que contribuiría a mejorar el desarrollo del turismo y para mejorar la experiencia en todos los servicios ello implica.

Al llevar a cabo esta investigación, se espera mostrar al mercado nacional e internacional, las ventajas que puede tener un hotel boutique inteligente y sostenible para el mejoramiento de la estadía de los huéspedes. Esto permitirá promover el turismo en la zona de Ciudad Cariari en Belén y que las personas no solo vean esa zona como para pernoctar solamente un día.

Esta investigación podrá traer un gran apoyo a los empresarios, comerciantes y a los dueños ya establecidos que tengan un hotel boutique en la zona de Ciudad Cariari en Belén, debido que existirán más turistas que quieran hospedarse en los hoteles boutique de esta zona por la innovación de este tipo de hoteles, por lo que habría un mayor beneficio a todas las partes involucradas.

La investigación será de gran ayuda para resolver el problema de desperdiciar muchos recursos y dañar el medio ambiente, ya que la tecnología inteligente contribuye con

el ahorro de la energía y de recursos necesarios para el buen funcionamiento de los alojamientos de hospedaje, como lo son los hoteles boutique.

Esta idea tiene implicaciones que van a trascender conforme se realice, ya que esto ayudaría la superación del país para que entre a un mundo de tecnología innovadora y poder resolver muchas problemáticas que no permiten que el país pueda avanzar como otros países, ya sea en el ámbito económico, social o cultural.

Debido a que es un país que apenas se está incorporando al mundo de la tecnología, este proyecto podrá llenar ese vacío que se tiene por falta de conocimiento sobre este tema. La información que se recopilará servirá para probar si es factible contar con la tecnología inteligente y sostenible en los hoteles boutique.

Se pretende que esta idea de investigación pueda lograr resultados positivos acerca de la mejora del cuidado del medio ambiente y sobre el incremento del turismo en la zona de Ciudad Cariari en Belén específicamente, para que los turistas prefieran hospedarse en hoteles boutique inteligentes y sostenibles. Con los resultados se espera saber más sobre este tipo de tecnología que es muy conocida en otros países del mundo y que Costa Rica pueda entrar a este mundo de la tecnología inteligente.

No obstante, para que esta idea innovadora sea exitosa se necesita tener en cuenta las bases de la administración, los recursos necesarios y también realizar un estudio de mercado previo, con la finalidad de ver si es conveniente llevar a cabo este proyecto con los menores riesgos posibles.

Antecedentes

El turismo es una de las actividades de mayor impacto en la economía de Costa Rica, ya que cuenta con distintos productos turísticos. Estos están compuestos por atractivos, infraestructura y servicios que permiten satisfacer las necesidades de los turistas, entre ellos se ubican los hoteles, cuyo principal servicio es el de alojamiento, el cual ha dejado de ser un componente más de los productos turísticos para formar parte importante de la experiencia del turista.

En hotelería, la rentabilidad relaciona las variables de precio y ocupación durante períodos determinados a través de indicadores que hacen referencia a los ingresos obtenidos

por cuarto disponible. (Caro, Leyva, & Vela, 2011). Dado que muchos hoteles ofrecen servicios complementarios al hospedaje, otra manera de abordar la rentabilidad es a través de la contemplación de todas las unidades de negocio que integran a la empresa hotelera. (Dunn & Brooks, 1990).

A lo largo de los años, la industria hotelera ha evolucionado, ofreciendo únicamente el servicio de hospedaje a viajeros que solo pernoctan una noche, por consiguiente, el sector hotelero ha tenido que adaptarse a cambios sociales, es así que se han inventado diferentes tipos de hoteles siempre con el propósito de llenar todas las expectativas de los huéspedes. Por eso mismo se han creado distintas categorías de hoteles para las diversas exigencias de los huéspedes, sin importar el precio, pero con el principal propósito de que el servicio sea excelente y brinde una atención personalizada.

Gracias a estas exigencias por parte de los huéspedes, se tiene como consecuencia el origen de los hoteles boutique, el cual se dio en Europa pero fue en América donde se conoció y tuvo mayor auge. Se trataba de una serie de establecimientos hoteleros pequeños, íntimos y exclusivos.

El trabajo realizado por Driselda Patricia Sánchez Aguirre, Minerva Candelaria Maldonado Alcuía, Luis Domingo Martínez Vázquez y Graciela Lara, de la Universidad Autónoma de Querétaro, a través de su artículo: *Rentabilidad de hoteles boutique explicada desde la experiencia memorable* (2017), trata sobre cómo los hoteles boutique representan una tendencia en el sector de alojamiento, a pesar de que varios hoteles boutique son empresas de menor tamaño, también mencionan cómo los indicadores reportados del segmento en México demuestran organizaciones rentables en términos de la industria.

El artículo mencionado anteriormente también habla acerca del desarrollo sobre la rentabilidad que tienen este tipo de alojamientos desde el punto de vista teórico de la economía, la experiencia, los recursos y las capacidades de estas organizaciones.

En conclusión el artículo menciona el servicio como objetivo principal para atraer a sus huéspedes e indica el papel principal que tienen los recursos humanos como factores de las experiencias y que, gracias a esto, son parte esencial en la rentabilidad de estas empresas. El enfoque de este artículo es cualitativo, ya que se realizó desde la experiencia.

Otro trabajo presentado por Luis Tonon Ordóñez y Rafaela Ruiz Delgada, de la Universidad del Azuay España, titulado *Proyecto de factibilidad para el Hotel Boutique El*

Convento (2018), pretende medir la factibilidad de un hotel boutique de lujo en la ciudad de Cuenca para que pueda brindar una experiencia diferente a los turistas. Se realizó un estudio técnico, de mercado y un estudio económico para así poder saber la rentabilidad del negocio.

Con los resultados que se obtuvieron al realizar este proyecto se llegó a la conclusión, de que el Hotel Boutique El Convento será un negocio factible, debido a que los turistas están en busca de nuevas experiencias en la ciudad y desean que su estadía sea única, ya que son el tipo de turistas que no escogen su hospedaje por el precio; sin embargo, la tarifa de este hotel será accesible y esto ocasionará que la demanda se eleve.

En el siglo XIX a los hoteles boutique se les conocía porque eran casas antiguas restauradas, con una peculiaridad de que si el huésped deseaba algún objeto *vintage* que eran de decoración los podían adquirir. Sin embargo, con el tiempo se fue transformando el término boutique como sinónimo de establecimientos con un estilo exclusivo y una decoración, servicio y atención personalizada.

El primer hotel boutique fue creado en el año 1980 en la ciudad de Nueva York, se caracterizo por su particular ubicación, servicio personalizado y elegante diseño, pero no fue hasta el año de 1990 que surgió su expansión completa. Los hoteles boutique son diferentes a los hoteles de las grandes cadenas hoteleras, ya que los hoteles de cadenas seguían un estándar bien definido.

Algunas de las características que más destacan a los hoteles boutique sobre otro tipo de alojamiento, es que su ubicación está en zonas exclusivas, también el diseño arquitectónico es uno de los factores claves de este tipo de hotel. Es decir que aparte de ser un sitio para descansar, brinda una experiencia de glamour y sofisticación capaz de satisfacer a los viajeros más exigentes, ya que ambiente y la decoración pueden garantizar que sea un lugar íntimo e interesante.

Otra características que destaca a los hoteles boutique, es la atención personalizada que se le da a los huéspedes. Los dueños de este tipo de alojamiento, siempre buscan estar por encima de los deseos de los clientes. Se caracterizan por su excelente servicio personalizado y cálido, se tiene como objetivo principal que los huéspedes que se sientan como en su propia casa y tengan una experiencia acogedora.

Esto ocasiona que los hoteles innoven su servicio hacia uno personalizado y con una decoración diferente en cada habitación, lo que provoca que los hoteles boutique sean un tanto caros y con pocas habitaciones pero con bastantes lujos y confort, dándoles una satisfacción a los clientes.

El futuro avanza a grandes pasos y no solo en el tema de alojamiento, sino también en la tecnología, situaciones que parecían estar en una película de ciencia ficción ya son parte de la realidad hoy en día. El sector hotelero ya se está uniendo a la innovación y muchas son las tecnologías que se han creado para dar un mejor servicio, con experiencias extraordinarias y así lograr un turismo más inteligente. (Ruíz, 2018).

Según el estudio de Laura Parrí Royo, de la Universitat Oberta de Catalunya, llamado *La revolución digital en hoteles boutique: el impacto en la comunicación online* (2017), se indica cómo la revolución digital en la red mejora con el tiempo y en la manera de comunicarse, como todas las estrategias de marketing a nivel empresarial van de la mano con lo digital debido a que el mercado hotelero es un sector que debe de ir evolucionando y en donde se proyecta la red digital.

Este estudio establece cómo se comportan los hoteles boutique de Madrid y Barcelona ante los retos de la revolución digital. Para ello, primero se tiene en cuenta cómo ha evolucionado el sector turístico y hotelero en la última década con la irrupción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en donde se habla de las diferentes estrategias de comunicación de marketing digital aplicadas al embudo de conversión de un proceso de venta online aplicado al sector hotelero.

Finalmente, a través de una investigación de campo basada en entrevistas-cuestionarios a profundidad y la observación activa de hoteles boutique, se desarrollaron las técnicas de marketing y comunicación digital que aplican los hoteles boutique para poder crear un valor diferencial en la Red.

En el trabajo de María Daniela Muñoz Alvarado y Rosa Nicaragua, de la Universidad de Costa Rica, llamado *Un acercamiento a la brecha digital en Costa Rica desde el punto de vista del acceso, la conectividad y la alfabetización digital* (2014), se analiza el estado actual de la brecha digital en Costa Rica por medio de los temas de acceso a tecnologías, conectividad y alfabetización digital. De esta manera, se hace una introducción sobre el concepto de brecha digital, su estado en Costa Rica y se presentan

datos generales sobre el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, conectividad y alfabetización digital. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo debido a que necesita de la obtención de datos estadísticos para tener los datos con la mayor exactitud posible.

Además, se hace una síntesis de los diferentes proyectos e instituciones que colaboran en la disminución de la brecha digital en el país. Se concluye que los esfuerzos realizados no son suficientes y están desvinculados. Es necesario el involucramiento de diversas instituciones para disminuir la brecha digital, así como utilizar las tecnologías como una verdadera herramienta para el empoderamiento del individuo y de la sociedad costarricense. (Alvarado, Nicaragua. 2014)

La tecnología inteligente, es una serie de tecnologías con características o capacidades de uso exclusivo del intelecto humano pero que ahora ya se les puede aplicar a una máquina para que imite las funciones cognitivas que los humanos asocian con otras mentes humanas, como aprender o resolver problemas, entre otras. (Salazar, 2018).

En la época griega, cuando Aristóteles describió un conjunto de reglas que detallan una parte del funcionamiento de la mente para obtener conclusiones racionales; sin embargo, fue tiempo después cuando Ctesibio de Alejandría (250 a. C.) construyó la primera máquina autocontrolada, un regulador del flujo de agua (racional, pero sin razonamiento), estos fueron los orígenes de la tecnología inteligente. (Beltrán, 2012)

A pesar, de estos primeros referentes históricos; es Alan Turing a quien se considera el padre de la inteligencia artificial, dando el nombre al test que determina la calidad de las Inteligencias Artificiales (IA). En 1936, este visionario diseñó una máquina capaz de implementar cualquier cálculo que hubiera sido formalmente definido, pilar esencial para que un dispositivo pueda adaptarse a distintos escenarios y “razonamientos”. (Iglesias, 2016, p.1).

Esta tecnología se desarrolló hasta la década de los 90, ahí es cuando realmente inicia la edad del oro de la IA. Sin embargo, la definitiva aplicación de la inteligencia artificial fue en 1997, cuando la empresa multinacional International Business Machines Corporation (IBM) demostró que un sistema informático era capaz de vencer a un humano en el ajedrez y fue al campeón del mundo Gari Kasparov. Ya en el nuevo siglo y después de importantes avances tecnológicos, la IBM también desarrolló un ordenador llamado

Watson que ganó el famoso concurso de preguntas y respuestas Jeopardy contra el cerebro humano.

En la actualidad, la inteligencia artificial no solo ha revolucionado en el mundo empresarial, sino también en el ámbito social y de salud; sin embargo, lo inteligente es ser sostenible. El impacto del turismo en el planeta trae consigo consecuencias que la tecnología puede intentar disminuir, debido a que el planeta en el que vivimos requiere que los hoteles le den la debida importancia a la sostenibilidad de cada destino turístico.

Gracias a los avances tecnológicos se pueden mejorar los recursos; por ejemplo, un sistema inteligente puede ahorrar hasta un 90% del agua de la ducha y un 80% de la energía, también puede reducir los costos de los diferentes departamentos que tiene un hotel.

En la actualidad muchos hoteles prefieren estar dentro de la innovación verde. Un ejemplo es el Hotel Renaissance Fira de Barcelona con un enorme jardín vertical, que cuenta con un sistema de administración que optimiza el empleo de la calefacción, ventilación, climatización y el agua empleada para regar los jardines y la piscina, evitando el desperdicio. Otro hotel que ya cuenta con su tecnología inteligente sostenible es el QO Amsterdam, este tiene un sistema climático inteligente que produce su energía gracias a los desechos, con un aspecto inteligente que alcanza un ahorro del 65%.

De acuerdo con la idea anterior, existen gran cantidad de hoteles que ya están en el mundo de la tecnología inteligente sostenible. La sostenibilidad es: la capacidad de continuar indefinidamente un comportamiento determinado y si nos referimos a la sostenibilidad ambiental, se refiere a conservar y proteger al medio ambiente indefinidamente. (Hinojosa, 2019)

Herman Daly es uno de los pioneros de la sostenibilidad ecológica, observó el problema desde el punto de vista del mantenimiento del capital y propuso, ya en 1990, los siguientes pilares que son los que pautan la sostenibilidad ambiental: rendimiento, contaminación, agotamiento, objetivos y críticas.

El proyecto de graduación de Emilia Morales Solano, del Instituto Tecnológico de Costa Rica, titulado “Asesoramiento en gestión del turismo sostenible Hotel Cristal Ballena Boutique & Spa, Bahía Ballena, Puntarenas” (2017), tiene el objetivo era establecer los métodos necesarios para lograr la certificación de sostenibilidad turística en el área socioeconómica.

El trabajo realizado hace un diagnóstico para poder definir los conocimientos que los empleados tienen sobre la sostenibilidad y también se hizo una evaluación del cumplimiento de los indicadores y descriptores del área socioeconómica por medio de las actividades programadas. En síntesis este trabajo brindo una guía para que se pudieran organizar los procesos administrativos que el Hotel Cristal Ballena debe de realizar para poder lograr la Certificación de Sostenibilidad Turística. El cuál es valorado desde un enfoque cualitativo.

La investigación de Alvarado (2018) de la revista PAAKAT: revista de la tecnología y sociedad de Guadalajara, llamado *Ciudad Inteligente y Sostenible: hacia un modelo de innovación inclusiva* tiene como objetivo mencionar los principios y conceptos con los que se basa los modelos de Ciudades Inteligentes y Sostenibles, tomando en cuenta también de diferentes elementos teóricos que hablan sobre la innovación. La investigación presentó un tema de tipo exploratorio-descriptivo, gracias al Índice Cities in Motion 2016. Lo que se logró hacer es conseguir la ubicación regional para poder comparar las distintas ciudades inteligentes y sostenibles que existen a nivel mundial, con una preferencia en exhibir lo que está ocurriendo en América Latina principalmente en México con respecto a este tema.

En esta investigación se puede concluir que existe una gran necesidad de innovar con respecto a las tecnologías que hay para tener una mayor eficiencia. Por lo tanto, es primordial tener un mayor aprendizaje para así poder acumular las capacidades tecnológicas y lograr una unión con las ciudades inteligentes y la innovación, logrando tener una mejor gestión en la urbanización que ocasione la inclusión social respecto con la utilización de las TIC. Teniendo como consecuencia una mejora en el desarrollo económico, social y ambiental para lograr tener una calidad de vida e igualdad en la sociedad.

Otro trabajo de investigación de Roberto Xavier Santillan Lombeida, de la Universidad Tecnológica Equinoccial, titulado *Estudio de factibilidad para la creación del hotel boutique eco-amigable saudec en la ciudad de Quito* (2012), se realizó debido a que el turismo del Ecuador ha incrementado y los hoteles eco-amigables tienen un apogeo en la actualidad, de los cuales hay pocos o inexistentes en la ciudad de Quito. Es así como se pretende que con este trabajo se tome en cuenta esta idea de proyecto debido a que se necesita tener conciencia sobre los efectos que las personas y las industrias hoteleras producen en el medio ambiente y su alteración e influencia negativa en el ecosistema.

Se realizó un estudio de mercado con sus propuestas establecidas, un estudio administrativo, económico-financiero y un estudio de impacto social y ambiental para poder comprobar si es factible la creación de un hotel boutique eco-amigable. Tendría un enfoque cuantitativo descriptivo.

Otro trabajo de investigación, realizado por María Alejandra Salgado Londoño, de la Universidad Católica del Ecuador, llamado *Propuesta de mejoramiento de los procesos operativos del Hotel Boutique Portal de Cantuña para incrementar la calidad del servicio al cliente en el año 2019* (2019), surge gracias al análisis realizado al Hotel Boutique “Portal de Cantuña”, en donde se observó la urgencia de hacer algunas mejoras en los procedimientos que se están realizando en los departamentos de gerencia, recepción, ama de llaves, alimentos y bebidas.

Con base en lo anterior se desarrollaron propuestas para mejorar los procesos operativos en un Manual, donde se detallan las funciones de los hoteles boutique mencionados anteriormente. Con el fin de poder facilitar el monitoreo de la calidad del servicio al cliente en todas las tareas diarias del hotel boutique.

Proyecciones de la investigación

Se espera recabar datos y estadísticas valiosas para la toma de decisiones, especialmente, la decisión de invertir en una innovadora oportunidad de negocio en el país, que sea rentable y estable, según las condiciones del mercado.

Un aporte al turismo nacional e internacional en la zona de Ciudad Cariari en Belén que promueva rescate e incentive una idea innovadora sobre la tecnología inteligente, ocasionando que haya mayores ingresos al sector turístico y sus alrededores, dando una proyección del país hacia el mundo de la tecnología.

Con esta investigación se espera, por medio de entrevistas a diferentes tipos de turistas, obtener información para saber si es de su preferencia hospedarse en hoteles boutique y qué tanta preferencia tienen este tipo de alojamiento en el país.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

El desarrollo que hoy en día presenta el turismo es fruto de la evolución que se ha dado como consecuencia del avance que, en el transcurso del tiempo, ha experimentado la humanidad. Gracias a que las primeras comunidades de seres humanos tenían la necesidad de desplazarse de un lugar a otro por diferentes motivos. En un principio, realizaban viajes para buscar mejores condiciones de vida o por factores naturales.

Se empezó a tener un gran avance en la hotelería también, debido a que las personas tenían la necesidad de trasladarse a otros lugares para poder comercializar, para realizar lo que hoy se conoce como turismo de negocios; por ello se llegaba a la finalidad de pernoctar en los lugares que visitaban. Por este motivo, se crearon lugares de hospedaje, como posadas o casas de huéspedes, las personas daban sus propias casas o habitaciones para ofrecer a los viajeros y así se empezaron a crear los lugares de hospedaje. Dando comienzo a un nuevo tipo de industria, la industria hotelera, la cual se convirtió en una fuente de ingresos para la economía de los países.

La industria hotelera actual es el resultado de la evolución social y cultural de muchos siglos, influida por los cambios políticos, económicos y tecnológicos de la sociedad. El desarrollo de los medios de transporte y las comunicaciones, a partir de la segunda mitad del siglo XX, provocó el incremento ininterrumpido de los flujos turísticos internacionales y un crecimiento de la demanda hotelera a nivel mundial, manifestada en la

actualidad mediante una oferta saturada, diversa y compleja de la industria del hospedaje. (Meza, Zaldívar y Martín, 2016).

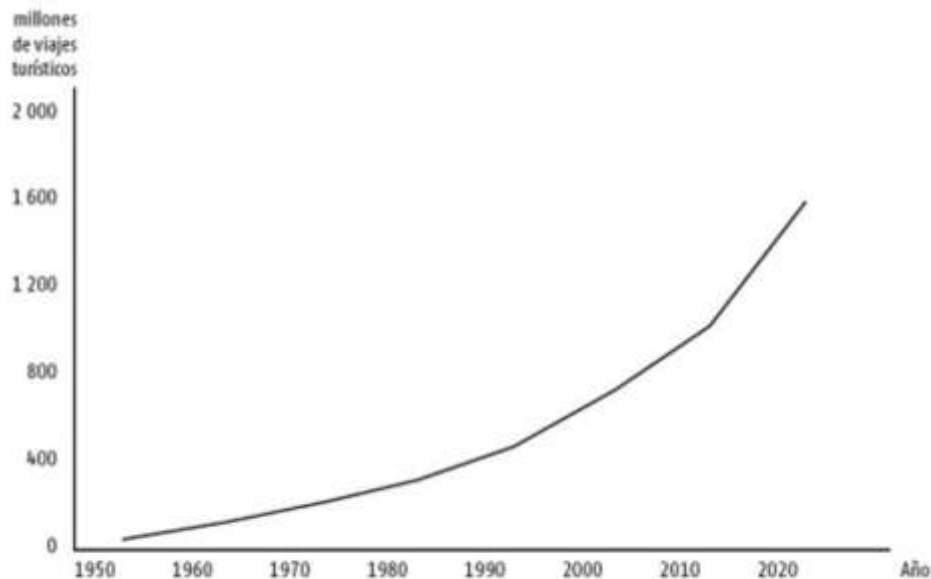
Antiguamente, las personas tenían la necesidad de desplazarse de un lugar a otro por causa del intercambio y la búsqueda de nuevos horizontes. Esto ocasionó que se diera la necesidad de hospedarse en otro lugar que no sea su vivienda, por consiguiente, surgieron los servicios de alojamiento y estos evolucionaron empezando con las cuevas, tiendas de campaña y posadas medievales, llegando hasta los hoteles y resorts de la era moderna.

Este dejó de ser un privilegio de unas pocas familias ricas en los siglos XVII y XVIII, para dar paso al turismo de masas a partir del *boom* de los años cincuenta del siglo XX, ayudado por el progreso de la conectividad entre los seres humanos, expresada en los avances tecnológicos de los medios de transporte y las comunicaciones que han hecho del turismo y la hospitalidad dos de las industrias más importantes de mundo. (Meza, Zaldívar y Martín, 2016).

Según Meza, Zaldívar y Martín (2016):

El primer registro de posadas inglesas aparece en 1400, y no fue hasta el siglo XVIII, coincidente con la Revolución industrial, que las tabernas europeas comenzaron a combinar el hospedaje con el servicio de alimentos y bebidas. En 1794 se construye el primer hotel de los Estados Unidos en la ciudad de Nueva York, el City Hotel. Durante la primera mitad del siglo XX, como resultado de la concentración del número de hoteles en manos de un mismo propietario, se adopta la estructura de cadenas hoteleras, lo que favorece la administración y comercialización. (Meza, Zaldívar y Fernández, 2016, párr.4)

Figura 1. *Crecimiento de viajes internacionales con fines turísticos, a partir de 1950, según la Organización Mundial de Turismo (OMT)*



Fuente: Meza, Zaldívar y Fernández, 2016.

En las últimas décadas los alojamientos han cambiado mucho, tanto los de negocios como los de placer, empezando con los hoteles, estos son establecimientos que ofrecen servicio de hospedaje o en el que se reciben a huéspedes o viajeros con el fin de que paguen por su alojamiento, alimentación y otros tipos de servicios. Con el tiempo se han creado diferentes tipos de hoteles, desde el concepto básico de lo que es un hotel.

A lo largo de la historia, la industria hotelera ha evolucionado extraordinariamente, se han conocido y experimentado diversos tipos de hoteles, los cuales pocos han llenado las expectativas de los huéspedes, por ese motivo se han creado distintas categorías de hoteles. Existen diferentes tipos de alojamiento para viajeros y, actualmente, se han inventado nuevos lugares de hospedaje. El turismo y la hotelería ha ido creciendo de acuerdo a la demanda que cada vez es más exigente. En la industria de la hospitalidad el objetivo principal es el confort y la satisfacción de los huéspedes, por consiguiente, las demandas exigentes han provocado el desarrollo de este mercado y, por ese motivo, hay más tipos de alojamientos según la necesidad del cliente.

Hay mucha variedad de lugares de hospedaje que se han creado como hoteles de cadena, Bed & Breakfast, hostales, resorts y hoteles de playa, apart-hoteles, moteles, guest house, lodges/albergues, posadas o inn, pensiones, hoteles boutique; entre otros.

Historia de los hoteles boutique

El término «hotel boutique» surgió en Londres de la mano de Anouska Hempel, propietaria y diseñadora del Blakes Hotel, en la década de los setenta. Su objetivo era crear algo totalmente diferente dentro del sector del turismo y la hostelería que sorprendiera a un público acostumbrado a las grandes cadenas hoteleras. Estas no prestaron mucha importancia a este nuevo fenómeno, pero poco a poco fueron surgiendo más alojamientos con esta filosofía. (Sanz, 2018, párr.1).

Sin embargo, como el origen de los hoteles boutique es europeo, pronto esta idea llegó hasta América, el concepto de lo que es un hotel boutique fue conocido en los años ochenta, pero años después manifestó mucho éxito. Desde finales de los años noventa los hoteles boutique empezaron a tener mucha fuerza en la industria del turismo. Usualmente este tipo de hoteles son pequeños y deben de tener un número reducido de habitaciones, no debe superar las 100 habitaciones.

El primer hotel boutique, reconocido como tal a nivel mundial, se abrió en 1984. Los propietarios de la famosa discoteca neoyorquina Studio 54, Ian Schrager y Steve Rubell, abrieron el exitoso Morgans Hotel, con una decoración marcada y extravagante de Andrée Putman, introduciendo al mundo el estilo de vida de los hoteles boutique, con su expansión definitiva a finales de los noventa. (Sanz, 2018, párr.2). Dos de los primeros hoteles boutique del mundo abrieron sus puertas al público en 1981: The Blakes Hotel en South Kensington, Londres (diseñado por la estilista de celebridades Anouska Hempel) y Bedford en Union Square, San Francisco.

Según Coll (2018), menciona que:

“Desde que apareció este negocio, se desarrolló una novedosa manera de brindar alojamiento, con el propósito de lograr que los huéspedes se sintieran como en su propia casa. La arquitectura y el diseño, desde sus orígenes, han sido factores clave en la definición de los hoteles boutique. A diferencia de otras alternativas de alojamiento, los hoteles boutique han brindado más allá de un sitio para pernoctar,

toda una experiencia de glamour y sofisticación, capaz de satisfacer a los viajeros más exigentes”. (p.3)

Definición de los hoteles boutique

Los hoteles boutique representan una tendencia en el sector de alojamiento, son organizaciones de lujo, con pocas habitaciones que surgen a partir de las preferencias de viajeros exigentes, aquellos que buscan un espacio en el que converja el escape de la realidad, pero que al mismo tiempo puedan sentirse en casa.

Otro ejemplo de definición según la empresa Expedia México (2019), con el fin de abordar todas las características de este tipo de hotel es que tienen un estilo personalizado, orientado a quienes buscan la máxima comodidad como la mejor atención. Este tipo de hoteles están enfocados a brindar el máximo confort, buscando satisfacer todas las necesidades del huésped. Teniendo como características una ubicación exclusiva, un tamaño pequeño pero encantador, una personalidad propia y distinguida, y un diseño moderno.

Podemos también definir a los hoteles boutique como empresas de lujo, pero la palabra lujo no quiere decir que el precio sea muy elevado, sino que se extiende al lujo por exclusividad, también son de menor tamaño y son creados gracias a las preferencias de viajeros exigentes con el deseo de tener un espacio en el que se dirijan a un escape de la realidad, pero que puedan tener esa sensación de sentirse como en casa.

Muchos de los hoteles boutique eran antiguas viviendas del siglo XIX restauradas y donde los huéspedes podían adquirir los objetos que las decoraban. Con el paso del tiempo estos hoteles boutique se fueron transformando en un sinónimo de diferencia, buen gusto y atención totalmente personalizada. Si se está en busca de una experiencia hogareña, íntima y encantadora, un hotel boutique puede ser la opción ideal. Estos hoteles tienden a ser elegantes y exclusivos, ya que exhiben obras de artistas locales y ofrecen especialidades culinarias. La mayoría tienen restaurante, bar y vestíbulos para el placer de los huéspedes en una atmósfera de bienvenida que invita a la relajación.

Debido a lo mencionado anteriormente los hoteles boutique se han convertido en los establecimientos, ubicados en lugares clave de los países, más solicitados por su encanto y

singular belleza, ya que los huéspedes desde que se hospedan en este tipo de hotel reciben un trato exclusivo donde se les ofrece diferentes servicios personalizados.

Características de los hoteles boutique

El hotel boutique, debido a su categoría, se diferencia del concepto estandarizado de hospedaje, por su ubicación en lugares de valor histórico, cultural o ecológico, en pueblos mágicos, centros históricos o en las principales ciudades, playas y otros destinos turísticos. Todo esto no quiere decir que por su ubicación o su exclusividad un hotel boutique tiene que ser más caro que uno convencional.

La primera característica que diferencia a los hoteles boutique es el servicio de lujo que ofrece; este servicio de lujo se refiere a la exclusividad. Ello quiere decir que el trato sea personalizado para cada cliente, por esta característica y otras más es que los hoteles boutique se diferencian de los demás donde todo es estandarizado.

Según menciona Coll (2018), el resto de las características, que se enumeran a continuación, se centran en aspectos muy diversos, pero todos giran en torno a esta idea de trato exclusivo:

- **Trato exclusivo con el cliente – servicio personalizado:** en un hotel boutique el cliente recibe un trato personalizado, como un amigo de la casa. La intimidad se respeta al máximo. El trato no es generalizado, lo que permite que el viajero se sienta especial y consentido todo el tiempo. Es la atención que se le da a un cliente a través de un trato directo o personal y que toma en cuenta necesidades, deseos, preferencias y gustos del cliente.
- **Emplazamiento urbano – buena ubicación:** los hoteles boutique suelen estar en el casco histórico de las grandes ciudades. En zonas donde se emplazan los bulevares o las zonas de tiendas. Con una gran oferta cultural y de servicios. La gran mayoría se localizan en destinos importantes, específicamente en barrios de moda, en el caso de las ciudades. Una vez que planean su construcción buscan que no sólo se ubiquen en urbes reconocidas, sino que también estén en zonas estratégicas para que el huésped pueda estar cerca de centros comerciales, atractivos turísticos, centros de negocios, etc.

- **Atmósfera y personalidad definida:** su arquitectura debe responder a un concepto, por eso hay quienes los llaman hoteles de diseño o life style. Es decir, toda su decoración cuenta con una temática exclusiva que permite tener en sintonía los colores, muebles, habitaciones, cuadros, gastronomía, etc.
- **Tamaño – pequeño formato:** por lo general son pequeños, con un estilo refinado y vanguardista. Respecto al número de habitaciones, no existe una regulación exacta, pero si hablamos de un promedio llegan a tener desde 5 hasta 150 habitaciones. En Estados Unidos es común encontrarlos con hasta poco más de 100 habitaciones, en Europa en cambio se caracterizan por tener no más de 60.
- **Edificios de valor histórico o arquitectónico:** este tipo de hoteles ofrece sus servicios en edificios con historia y con una arquitectura y un diseño de gran valor histórico-artístico.
- **Habitaciones con personalidad propia:** todas las suites son diferentes; tienen, por decirlo así, personalidad propia. Lejos quedan las habitaciones “sin alma” de los hoteles impersonales en los que todas las habitaciones son similares. A menudo, la decoración es temática.
- **Lobby pequeño:** Las recepciones son de menor tamaño que las de los hoteles convencionales, por este motivo la experiencia de los huéspedes es mucho más íntima cuando llegan o se acercan a hacer alguna solicitud. El diseño y estilo del hotel es notable con algún elemento característico. (Coll, 2018, p.1).

Gracias a que este tipo de hoteles que tienen ambientes íntimos y hogareños, con una decoración antigua pero lujosa y con un estilo único, han llegado a posicionarse en el sector turístico con un papel muy importante. Por ello, han logrado obtener una gran rentabilidad tanto en Costa Rica como en el mundo.

Tipología de clientes de un hotel boutique

Con base a la tipología de los clientes de un hotel boutique, según Cajal (2018), no todos los clientes son iguales a la hora de elegir un alojamiento para sus vacaciones. Gustos, capacidad económica, expectativas, motivaciones y un largo etcétera son elementos que intervienen en la segmentación de los diferentes tipos de clientes que puede recibir un hotel. La tipología del cliente de un hotel boutique se podría definir como:

- Persona selectiva que le gusta cuidar los detalles.
- Con capacidad económica media-alta y alta.
- Busca calidad en el servicio.
- Huye de las aglomeraciones y tumultos.
- Le gusta disfrutar de los servicios que le ofrece el hotel. (p.3)

Clasificación de los hoteles boutique en Costa Rica

En el Reglamento Empresas Hospedaje Turístico, Inserción de la modalidad denominada "Hoteles Boutique". Decretan: Inserción de la modalidad denominada "Hoteles boutique" en el reglamento de las empresas de hospedaje, decreto N° 11217-meic, del 25 de febrero de 1980 y sus reformas. En los siguientes artículos:

Artículo 1º-Adiciónese al artículo 3 del Reglamento de las Empresas de Hospedaje Turístico, Decreto N° 11217-MEIC del 25 de febrero de 1980 y sus reformas, un inciso 8), permaneciendo el resto del artículo invariable, para que se lea: Artículo 3º-Los principales tipos de empresa de hospedaje turístico son:

8. Hotel Boutique.

Artículo 2º-Adiciónese al artículo 4 del Reglamento de las Empresas de Hospedaje Turístico, Decreto N° 11217-MEIC del 25 de febrero de 1980 y sus reformas, un inciso h) que defina la modalidad de Hotel Boutique, permaneciendo el resto del artículo invariable, para que se lea:

Artículo 4º- Para efectos de su clasificación y protección del turista los establecimientos de hospedaje deben utilizar correctamente la denominación que describa su empresa, de la siguiente forma:

h) **Hotel Boutique:** Tipo de establecimiento de hospedaje que se caracteriza por su servicio personalizado, con un mínimo de cinco habitaciones, dotado de baños privados, en el cual se ofrecen los servicios de cafetería, restaurante, bar, spa, y asistente personal entre otros. Su distribución tiene características muy particulares, donde predomina un estilo con identidad propia en el cual además sobresalen el confort, la calidad y el buen gusto.

Sus diseños se caracterizan por la puesta en valor del patrimonio arquitectónico y sus espacios tanto interiores como exteriores, lucen finamente decorados resaltando tanto lo ambiental, lo artístico como lo cultural de su entorno. Hoteles Boutiques serán aquellos que además de poseer estas características se clasifiquen en el rango de 3 a 5 estrellas, para definirse como tales.(La Gaceta N° 138, 2011, p.15).

Según Vindas (2011), el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) agregó la modalidad de Hoteles Boutique a las siete ya existentes en el Reglamento de Regulación de Empresas de Hospedaje Turístico. Se trata de empresas con un mínimo de cinco habitaciones y sin máximo, con tres estrellas o más, baño privado y servicio de alta calidad y confort, además de contar con instalaciones lujosas:

La decisión la aprobó la Junta Directiva del ICT el 15 de febrero del 2011 y se publicó el pasado 18 de julio en el diario Oficial La Gaceta. Actualmente se tienen registrados 45 hoteles de este tipo en el país que suman 1.235 habitaciones, cuentan con Declaratoria Turística y el 81% ha sido categorizado entre cuatro y cinco estrellas. (Vindas, 2011, párr.1).

Según Mesalles (2010), el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) incorpora los hoteles boutique como nueva modalidad de hospedaje a las siete ya existentes en el Reglamento de Regulación de Empresas de Hospedaje Turístico:

La decisión la aprobó la Junta Directiva del ICT en sesión N° 5677 del 15 de febrero del 2011 y se publicó el pasado 18 de julio en el Diario Oficial La Gaceta. “Con esta reforma reconocemos el esfuerzo, la calidad y la trayectoria que estos empresarios ponen a disposición de los turistas, en 45 hoteles que actualmente clasifican dentro de esta modalidad y que esperamos sigan creciendo”, indicó el Ministro de Turismo, Allan Flores. (Mesalles, 2010, p.1).

Están ubicados a lo largo de todo el territorio nacional, principalmente en San José, Puntarenas y Alajuela. Los cantones de Santa Ana, San José Centro, Aguirre y San Carlos

son los que más concentran esta modalidad de hospedaje, aunque también se encuentran en más de 23 cantones. (Mesalles, 2010, p.1).

También, Mesalles (2010) agregó que: los hoteles boutique generan empleo a casi 2 mil personas, que equivale a 1.61 empleados por habitación, superando el promedio de 1.2 colaboradores por cuarto en el resto de centros de hospedaje nacionales. Están dirigidos a turistas que prefieren un servicio personalizado en un ambiente de lujo. (Mesalles, 2010, p.1).

Los hoteles boutique, se denominan empresas con una cantidad mínima de cinco habitaciones, con baño privado y se distinguen por tener la característica de dar un servicio personalizado de alta calidad y confort, teniendo instalaciones lujosas por la exclusividad.

Rentabilidad de los hoteles boutique

La mayoría de hoteles boutique son empresas familiares y pequeñas, se puede verificar que son organizaciones rentables en términos de la industria. Por consiguiente hay mucha competitividad en el país con este tipo de hoteles y la competitividad es gracias a la capacidad que tienen las empresas para ser rentables en sus actividades productivas dentro de los mercados.

La rentabilidad puede ser medida de diferentes maneras, en hotelería sería primordial relacionar las variables de precio y ocupación por medio de períodos definidos, a través de indicadores que son los ingresos obtenidos por cuarto disponible. Como muchos hoteles ofrecen diferentes servicios que complementan al servicio de hospedaje, es también otra manera de medir la rentabilidad. Los hoteles boutique pertenecen a la categoría de lujo.

En el alojamiento, se puede decir que un hotel es rentable debido a la economía de experiencia, ya que se comercializa con gran auge la experiencia de algún servicio, debido a que el concepto de hotel boutique es adaptable y se puede personalizar, la rentabilidad puede ser comprender la perspectiva de las experiencias y recursos que cada hotel posea. No obstante, las organizaciones turísticas con el tiempo han evolucionado por la influencia de las preferencias y experiencias de los turistas.

Gracias a la naturaleza adaptable y de personalización del concepto de hoteles boutique; la rentabilidad puede ser explicada de manera teórica desde la perspectiva y

complementariedad de la teoría de recursos y capacidades (TRC) y la teoría de economía de la experiencia (TEE). (Sánchez, Maldonado, Martínez, Lara, 2017, párr.5).

Según Gómez (2018):

La Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) explica que todas las organizaciones son distintas, y la forma de esta depende de la cantidad de recursos y las capacidades que esta posea, esta teoría permite visualizar las organizaciones más a fondo de la organización, realizando análisis internos en las organizaciones según sus factores sociales y un análisis externo según el planteamiento estratégico y los recursos de esta organización. (Gómez, 2018, párr.1).

Con lo mencionado anteriormente se puede establecer que esta teoría le da importancia al rol fundamental en el que participan todos los recursos internos de la empresa, especialmente los recursos intangibles. La TRC permite conocer las fortalezas y debilidades de las organizaciones y no está en contra de la interacción entre la empresa y su entorno. Esta teoría se enfoca en las estrategias para incrementar la rentabilidad de las organizaciones, pero para que se logre esto las empresas deben de saber cómo usar sus recursos ya existentes para lograr un volumen mayor de negocio.

Existen muchos recursos estratégicos en las empresas, pero los recursos humanos son primordiales, ya que tienen un valor muy alto para los clientes. Por consiguiente, es el recurso que tienen los hoteles boutique para poder brindar un trato personalizado a los huéspedes y es una gran oportunidad para lograr experiencias memorables en los visitantes.

En efecto, los recursos existentes se deben usar fuertemente con el propósito de brindar servicios de calidad para que los huéspedes o visitantes del hotel queden satisfechos. Teniendo como finalidad que regresen y recomienden el lugar, lo que ocasionaría que se logre una buena reputación del hotel e indirectamente genere la rentabilidad de este.

Con respecto al turismo, se viven experiencias que para las diferentes empresas turísticas son primordiales ya que ocasiona que estas experiencias sean una clave de competitividad, sin embargo, como las experiencias personales están en manos de las empresas comerciales, de marketing que son intermediarias, se puede decir que serán clave

fundamental para la economía. Entonces todas aquellas empresas que logren que sus huéspedes tengan experiencias memorables incrementará la rentabilidad de la empresa.

Por ejemplo, la Teoría de Economía de la Experiencia (TEE), la cual se define como: la participación pasiva que tiene el cliente en las organizaciones, quiere decir que proporciona eventos, acontecimientos o brinda productos y servicios memorables, con el objetivo de que los huéspedes dejen de ser consumidores pasivos y se conviertan en partícipes que interactúan de forma más emotiva y emocional, haciendo que producto sea una experiencia.

Sin duda alguna, se puede asegurar que invertir en recursos humanos es la base principal para obtener experiencias memorables y fortalecer la lealtad de los huéspedes, lo que provocará una mejora en la reputación del hotel boutique. Cabe resaltar que a través de esa lealtad de los huéspedes se puede aumentar la rentabilidad de los hoteles boutique, siendo este el objetivo principal.

Ahora bien, si se llevan a cabo inversiones para generar experiencias memorables que ayuden a la edificación de relaciones de lealtad con turistas sin ni siquiera pensar en un enfoque de rentabilidad, esta sería una acción o estrategia que fallará en un plazo determinado.

El valor del cliente en el tiempo (CLV, por sus siglas en inglés) se refiere a un proceso en el que se dispone que la organización tenga una inversión en sus clientes seleccionados reteniéndolos por medio de su información que se tenga de estos. Se crea una base de datos, por lo que se pueda crear programas de lealtad que no intervenga en el presupuesto de la empresa, más bien ocasionando que se tenga un equilibrio personalizado entre la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa.

Una de las principales características que tienen los hoteles de este tipo es su tamaño, es por ello por lo que tienen pocas habitaciones, lo que provoca fácilmente el proceso de generar estrategias y acciones que fortalezcan las relaciones de lealtad con los huéspedes de manera rentable. Debido a su tamaño estos establecimientos pueden tener la capacidad de obtener información sobre sus huéspedes, ya que es fácil tener un acercamiento que favorece a la solución personalizada de problemas o situaciones específicas conforme a las preferencias o intereses de cada turista.

Algunos ejemplos de esos detalles que se pueden tener en un hotel boutique son letreros de bienvenida personalizados, adaptar los horarios de servicio en la recepción o restaurante, dirigirse al huésped por su nombre, tener recomendaciones de lugares en el destino en base a los gustos de cada cliente; entre otros detalles que tienen un efecto o impacto en el turista.

Según Sánchez, Maldonado, Martínez y Lara (2017), mencionan que:

Los hoteleros deben preguntarse qué espacios de la organización los hacen diferentes y si hubiera la posibilidad de realizar cargos adicionales por el uso de esas áreas a los turistas ¿qué elementos añadirían, con el fin de generar experiencias memorables?, por ejemplo, convertir un lobby con arte regional en una galería de arte. Incluso si al final no se realiza un cargo extra, este análisis brinda una perspectiva interna de los recursos existentes en cada hotel e induce a la creatividad y compromiso de los gerentes para diseñar experiencias de acuerdo con la capacidad de la organización. (Sánchez, Maldonado, Martínez y Lara, 2017, párr. 32).

Para tener la lealtad de los huéspedes, lo importante es crear valor, así el turista puede decidir regresar y recomendar el hotel boutique por la experiencia y el buen servicio que tuvo en él, en lugar de hospedarse con la competencia. Sin embargo, se debe tener en cuenta que, para lograr la experiencia memorable en los huéspedes, el hotel debe tener un buen tema de decoración o de actividades, los empleados deben involucrarse completamente, solucionar los problemas o indicios negativos y lograr que prevalezca la experiencia en la memoria de los huéspedes.

En un estudio reciente realizado por el Instituto de Competitividad Turística se determina que es la capacidad de desarrollar experiencias por parte de la empresa turística lo que agrega valor y la convierte en competitiva. Esta capacidad organizacional para generar experiencias solo es posible gracias al uso intenso de los recursos existentes.

El principal recurso que tiene en una empresa es el de recurso humano, de quienes depende la experiencia de hospedaje. También se conoce el know-how organizacional, que está vinculado con los recursos humanos y se refiere a que una marca o profesional que

conoce cómo hacer las cosas por haberlas hecho previamente. Otro recurso que sirve para generar experiencias es el uso de los recursos tecnológicos.

Es importante crear vínculos entre organización - cliente, para que los clientes puedan involucrarse personalmente en la experiencia misma. Esto se puede lograr con la participación del cliente, lo que ocasionará que se tenga una gran diferencia entre cada organización. En conjunto, con el comportamiento de los huéspedes de los hoteles boutique, con la finalidad de diferenciar de otros tipos de hoteles.

Las empresas no solo deben enfocarse en invertir para que los huéspedes tengan experiencias memorables, ya que el consumo de muchos productos es de carácter primordial y su consumo no está relacionado con tener experiencias, por lo que es más preferible tener un buen funcionamiento del producto. En turismo una de sus principales actividades es importante considerar el área emocional y aspiracional logrando una participación de las personas, para que todo esto se logre; se necesita de crear experiencias memorables en cada visita que realice el turista.

En el ámbito del turismo, esta experiencia humana debe crecer hacia una conexión y colaboración con los viajeros. Dentro de los recursos que participan en la capacidad organizacional para realizar experiencias son: recursos físicos (bienes tangibles como los bienes inmuebles), recursos tecnológicos (tangibles como aparatos tecnológicos e intangibles como sistema o aplicaciones virtuales), recursos humanos y recursos de reputación.

Los recursos humanos son el recurso primordial para la rentabilidad de los hoteles con esta categoría debido a que son la base principal para desarrollar momentos inolvidables en los huéspedes. Estos hacen el trabajo de usar los demás recursos, lo que conlleva que los huéspedes reciban un servicio superior que impacta a los huéspedes y que logra crear experiencias memorables.

Sin embargo, hay dos factores que impactan directamente a la rentabilidad de los hoteles boutique, los cuales son la recomendación y la preferencia de los huéspedes en volver a visitar el hotel. Por lo tanto, la experiencia memorable y la rentabilidad son los que ocasionan que se refuercen esos dos factores mencionados anteriormente.

Con las teorías mencionadas, en la siguiente figura se puede explicar la rentabilidad de los hoteles boutique:

Figura 2. *Rentabilidad de hoteles boutique explicada desde las teorías de recursos y capacidades, y economía de la experiencia*



Fuente: Sánchez, Maldonado, Martínez y Lara, 2017.

Gran parte de la rentabilidad de los hoteles boutique se da gracias a las experiencias memorables y, estas mismas, ocasionan que sea importante que los *hosts* de los hoteles boutique estrechen vínculos con sus huéspedes reales y potenciales, con el fin de que garanticen a cada huésped una experiencia que esté por encima de sus intereses.

La rentabilidad de los hoteles boutique en Costa Rica ha ido en aumento, a este tipo de hoteles se le conoce como lugares de hospedaje de pocas habitaciones, con servicios *premium*, arquitectura glamurosa, excelente gastronomía en ocasiones gourmet o dedicada especialmente a los gustos de cada huésped y con un servicio al cliente personalizado.

Los hoteles boutique tienen una mayor presencia en la oferta nacional de hospedaje y se posicionan cada vez más en un exigente mercado que busca un servicio personalizado.

Del 2011 al 2015 se sumaron 30 nuevos establecimientos de este tipo a la oferta costarricense, pasando de 220 a 250 en ese periodo, según la Cámara Costarricense de Hoteles (CCH). (La Nación, 2016, párr.1).

Figura 3. *Mercado boutique*



Fuente: El periódico La Nación, 2016.

En los alrededores del Parque Nacional Manuel Antonio y en Guanacaste es en donde predominan este tipo de establecimientos hoteleros. En Costa Rica, una noche en los hoteles boutique en zonas turísticas, cuesta alrededor de los \$200 y \$700 dólares. Los clientes tienen un estándar entre la clase media y clase alta.

Sin embargo, los hoteles de este tipo se consideran de lujo; pero se distinguen de los hoteles de lujo porque sus servicios especializados y su trato al cliente son muy similares a los de que tienen un hotel de lujo. Este tipo de alojamiento ha tenido un aumento en el mercado tico, debido a las buenas experiencias que se han tenido en algunos hoteles boutique, como Grano de Oro, Punta Islita y Pacuare Lodge.

Según el periódico La Nación (2016), se menciona que los hoteles boutique:

Mantienen una ocupación promedio mayor a la media total general de la oferta nacional. De los 2.559 hoteles que la Cámara registra que operaban al cierre del 2015, con un promedio de ocupación del 62% anual, los 250 tipo

boutique sostuvieron una ocupación de 67% anual. Tal es el caso del Boutique Hotel Jade & Restaurante Jurgen's, ubicado en San Pedro (San José); El Mangroove, localizado en el Golfo de Papagayo; y el Gaia Hotel & Reserve, en Manuel Antonio de Quepos. Estas tres empresas reportan ocupación entre el 65% y el 80% en los últimos tres años, así como crecimientos de hasta dos dígitos en sus ingresos. Enjoy Group indicó que hizo un análisis sobre las nuevas tendencias a nivel mundial y sobre lo que están buscando los turistas al viajar y el resultado reveló que, actualmente, buscan vivir experiencias diferentes, como las que ofrecen los hoteles 'boutique'. (La Nación, 2016, párr. 9,12).

Los hoteles boutique se caracterizan brindar un valor agregado en su arquitectura, gastronomía y servicios. Los hoteles que se encuentran en la Gran Área Metropolitana y que están dentro de esta categoría tienen buenos resultados en su oferta.

Uno de los mejores ejemplos es el hotel Jade, que opera desde hace 20 años en los Yoses de San Pedro de Montes de Oca. Con sus 30 habitaciones, su ocupación se ha mantenido muy estable en los últimos tres años, entre un 70% y 80% mensual, señaló la gerente de Mercadeo, Adriana Sequeira. Los clientes buscan una atención más cercana, diferenciada, con servicios de alta calidad para ejecutivos, personas de negocios y familias. (La Nación, 2016, párr.16).

Evolución de los hoteles

Al tener conocimiento sobre los orígenes de los hoteles boutique, podremos entender la razón por la cual este tipo de alojamiento está en constante evolución. El término evolución es marcado por la historia, en la que se describe la superación de una etapa para entrar a otra de mayor complejidad, el término da a entender que el conocimiento crece y evoluciona en todo aspecto posible y es un tema que proviene desde el fundamento de la conciencia del ser humano.

La historia de los hoteles boutique empezó en Europa, exactamente en la ciudad de Londres, donde surgió el primer hotel boutique a finales de la década de 1970 y fue diseñado por Anouska Hempel. El objetivo de este hotel boutique era crear algo

completamente novedoso y radical, para que se diera a conocer en el ámbito del turismo y la hotelería.

Sin embargo, gran parte del continente europeo y del mundo estaban completamente acostumbrados al servicio de cadenas hoteleras y no conocían otra opción sobre otro tipo de alojamiento para los turistas. Aunque con la apertura del primer hotel boutique en Londres, se pudo romper con todos los ideales que se tenían y sobre todo lo necesario para tener una estancia de alojamiento.

A pesar del gran éxito de los hoteles boutique, las grandes cadenas hoteleras no le prestaron la debida importancia a esta novedad en el ámbito de la hotelería. Sin embargo, esta nueva idea de alojamiento tuvo un gran avance y logró obtener mucha fama, a causa de esto, en 1984, el dueño del Studio 54 logró crear otro hotel boutique en Nueva York que le puso el nombre de Hotel Morgan consiguiendo un gran éxito.

La principal característica que definen a los hoteles boutique es su moderno diseño construido en una edificación antigua. Ocasionando que tenga un gran impacto al tener el hotel una personalidad particular y única, la cual no se puede ver en ningún otro hotel. Con el objetivo de que se tenga un servicio diferente al de otros hoteles y no siga ningunas normas definidas como las que se encuentran en los hoteles de cadena. Es decir, un hotel boutique se dirige por sí solo, con base a las necesidades de sus huéspedes.

Con el tiempo, las cadenas hoteleras tomaron la decisión de crear una novedad para competir en contra de los hoteles boutique. Esa novedad fueron los hoteles “lifestyle”, los que tienen características similares a los hoteles boutique, como la infraestructura elegante y exclusiva con un gran diseño. Con la diferencia de que pertenecen a una cadena hotelera, con su reglamento de la marca. Por consiguiente, son escasos en cuanto a su flexibilidad y la atención personalizada que sí tienen los hoteles boutique.

Según Landman (2020), el significado de los hoteles “lifestyle” es:

Similar a una boutique o un hotel de lujo, un Lifestyle Hotel no es una «categoría de hotel adecuada», pero se puede definir a través de características específicas. Esas características son similares a un hotel boutique. Ambos son únicos en su carácter y muy distintivos. Los atributos asociados con un Lifestyle Hotel son: extravagantes,

vanguardistas, de vanguardia, modernos, originales, encantadores. (Landman, 2020, párr.1).

Los hoteles lifestyle son la siguiente generación de hoteles boutique. El impulso lo dieron las cadenas hoteleras que obtuvieron las mejores características de los hoteles boutique como su tamaño, su ambiente íntimo y moderno combinando todo esto con los beneficios que un hotel de cadena puede ofrecer, como programas de lealtad, consistencia y buena economía. Ocasionando que estos establecimientos de estilo de vida tengan un mayor alcance en el mercado y sean más accesibles para los huéspedes que los hoteles boutique logrando que en un futuro sean omnipresentes.

En síntesis, los hoteles lifestyle brindan una mayor experiencia en el servicio que los hoteles de cadena, pero su objetivo principal es desacreditar a los hoteles boutique, sin importar su falta de estándares de calidad y otros problemas.

La evolución que existe en los hoteles boutique se refleja en la recepción que, de igual manera, se puede observar en otros hoteles. Debido a que la tecnología avanza y ayuda con el cambio para que mejore la industria hotelera. Sin embargo, hay un elemento que sigue siendo el mismo desde inicios de la industria hotelera, que es la recepción, ya que funciona igual en todos los hoteles.

Según Hinojosa (2018):

Hoy en día la mayor parte de los establecimientos mantienen un mostrador de recepción como el de hace dos décadas. Las marcas internacionales de hoteles boutique que hacen el check-in sin necesidad de mostrador como Public, de Ian Schrager ('Lujo para todos, nuevo concepto en el turismo de alta gama'); Andaz, de Hyatt Hotels; y Aloft, de Marriott International, siguen siendo las excepciones que confirman la regla. En España también los últimos establecimientos de lujo en incorporarse a la planta hotelera muestran la desaparición de la recepción como denominador común, en favor de un trato más humano y personalizado con el cliente al hacer su check-in". (Hinojosa, 2018, párr.11).

La recepción está en contra de los cambios que conlleva la tecnología, ya que el trabajo del recepcionista es práctico y no a todas las personas les agrada la idea de ser

tratadas como artilugios electrónicos. Sin embargo, es necesario que la industria turística tenga la idea sobre la implementación de herramientas y servicios tecnológicos como sustitutos de la experiencia humana y, a su vez, contribuir con la creación de experiencias sociales reales.

Hoteles Inteligentes

La sociedad actual está en constante cambio, teniendo un desarrollo acelerado en muchas áreas, pero principalmente en el área de la tecnología de las comunicaciones. Teniendo una mayor influencia directamente en la industria turística por causa de los gustos y exigencias de las personas que están interesados y tienen un papel activo en esta industria.

Los mayores concedores de la oferta a nivel mundial son los turistas. Debido a que los destinos los pueden escoger desde la comodidad de su casa o de la oficina, solo se necesita una computadora para buscar toda la información necesaria sobre el destino y el lugar de hospedaje que deseen. Gracias a que las visitas de los turistas son cada vez más, ha provocado que haya expectativas mayores y con exigencias determinadas.

El sector hotelero debe de innovarse, debido a que conforme avanza el tiempo se crean nuevas tecnologías para poder mejorar la experiencia del huésped y crear un turismo inteligente. Sin embargo, la demanda hotelera indica que los hoteles se deben de acoplar al cliente del siglo XXI, este tipo de clientes es aquel que busca una mayor personalización y una mejor estadía que en la de su casa y el camino ideal para lograrlo es por medio de la tecnología.

Sin embargo, hay muchos hoteles que ya están en el camino para convertirse en hoteles inteligentes a este tipo de hoteles, se les conoce como los hoteles del futuro. El concepto de estos hoteles inteligentes debe ser diseñado y edificado con nuevas tecnologías, con la finalidad de tener nuevas funciones, servicios y mejores experiencias para el huésped. Sin dejar de lado la calidez y comodidad que tienen los hoteles tradicionales.

En una instalación hotelera se encuentra la tecnología como parte del equipamiento y el conocimiento; por consiguiente, ambas partes son importantes para la buena gestión de un hotel, el equipamiento es tangible, son todos aquellos recursos físicos como: diseño

arquitectónico, materiales, mobiliario, ubicación, así también como el equipamiento tecnológico son los distintos sistemas que contribuyen con el funcionamiento del hotel.

Sin embargo, la otra parte es el conocimiento, este es intangible, son todos los recursos como conocimientos y habilidades que son imprescindibles para poder operar estos sistemas, dirigir y ejecutar todos los procesos que ayudan con la buena función del hotel. Por lo tanto, el equipamiento tecnológico es la consecuencia del conocimiento humano, esto quiere decir que ambas partes se necesitan mutuamente para que el hotel pueda tener una buena operación.

En la actualidad el hotelero debe conocer mejor a su huésped y lo puede hacer por medio de diferentes herramientas tecnológicas. Una vez que se conozcan las preferencias de los clientes se puede tener un servicio más personalizado. Es así los establecimientos tienen el desafío de que sus negocios sean rentables, con el fin de dar un servicio más personalizado al cliente y con un precio más competitivo.

La nueva tendencia tecnológica que es el “smart hotel” u hotel inteligente, ya existe en varias partes del mundo y este tipo de hotel trae consigo beneficios tanto para los huéspedes como para los hoteleros. Específicamente, un hotel inteligente es aquel que permite realizar acciones que usualmente, haría una persona por medio de un dispositivo electrónico; ofrecen experiencias libres de la interacción humana en los distintos servicios de un hotel.

Otra definición de hotel inteligente, según Fred (2019) se refiere a:

El concepto de Smart Hotel es la integración de herramientas tecnológicas para:

- Mejorar la comodidad del cliente y la experiencia del usuario
- Aumentar la rentabilidad de los hoteles permitiendo una mejor gestión de los flujos y facilitando el mantenimiento del equipo

Se supone que estas nuevas tecnologías permiten una mejor gestión de cosas como:

- Distribución eléctrica
- Calefacción

- Aire acondicionado
- Consumo de agua
- Sistemas informáticos
- Sistemas de seguridad
- Ascensores
- Refrigeradores y minibares. (p.1)

El hotel inteligente tiene como objetivo promover la satisfacción y lealtad de los huéspedes, por medio del acceso a todos los servicios para el confort de la habitación como por ejemplo: la iluminación, el aire acondicionado, la televisión; entre otros, todo esto desde un teléfono inteligente o una tableta especializada.

Cabe destacar que un hotel inteligente utiliza dispositivos que son capaces de enviar y recibir datos, son gracias a la tecnología inteligente. Estos dispositivos se pueden comunicar entre sí, les autorizan a los usuarios a tener control de muchos servicios desde un solo dispositivo como smartphone, tablet o altavoz inteligente, entre otros. Este tipo de hoteles aplican las nuevas tecnologías para ofrecer un mejor servicio a sus huéspedes. La innovación en los hoteles ocasiona que se tenga una relación más completa con el huésped, lo que provoca una mejoría en la satisfacción y fidelidad.

Los hoteles inteligentes no pretenden que los huéspedes esperen en el mostrador de la recepción; sin embargo, ya hay procesos que ayudan a acelerar el registro para rápidamente pasar a las habitaciones usando el smartphone para abrir la puerta de la habitación correspondiente. Con esta nueva modalidad se brinda tener una relación más consolidada con los huéspedes facilitando la comunicación con el área de restaurante, en donde los huéspedes puedan ordenar sus alimentos y bebidas, ya sea desde su habitación o la piscina por medio de una aplicación.

Todas estas innovaciones el hospedaje se vuelve más atractivo para los huéspedes; los hoteleros deben de conocer la competencia para estar en un constante desarrollo con el mercado global y usar las herramientas como el marketing digital para promover al hotel. Estas innovaciones se pueden crear nuevas experiencias que promoverán un alojamiento único.

La tecnología contribuye a que la productividad aumente y los costos se reduzcan, junto con los instrumentos tecnológicos que contribuyen con el consumo de energía y la mejora de productividad, lo cual colabora con el manejo del personal al reducir todos los costos de mantenimiento y asegurar que los servicios sean más rápidos.

Es importante dar la atención necesaria a las instalaciones, comodidades de las habitaciones, salas de reuniones, restaurantes y la atención al cliente, para atraer a los turistas y que puedan realizar el turismo de negocio, de recreo, etc. Por lo mismo, ya es común que cada habitación cuente con acceso a internet, como wifi inalámbrico.

Los hoteles boutique si pueden llegar a evolucionar en hoteles inteligentes, ya que tienen como principal objetivo incrementar la interacción de los huéspedes proporcionando un mayor confort durante su estancia y al mismo tiempo logrando que los empleados puedan mejorar su tiempo y su trabajo, teniendo una mayor eficiencia en la gestión del hotel.

Características de los hoteles inteligentes

Una de las más importantes es que garantizan la seguridad de los huéspedes, también tienen control de acceso al momento de identificar a los clientes que estén hospedados por medio de los sistemas de vigilancia inteligente. Establecen un entorno acogedor, con sus sistemas de calefacción, ventilación o aire acondicionado, los cuales se ajustan por sí solos dependiendo de la ocupación del hotel, aunque también son ajustados por el huésped por medio de comandos de control o aplicaciones móviles.

Una muy importante característica que tienen los hoteles inteligentes es la de optimizar el uso de los recursos del hotel, ya que son aptos para tener el control y predecir las necesidades, conocer la capacidad y consumo de energía por medio de sensores de consumo. Pueden lograr que el huésped tenga comodidad, no solo con base a la climatización, sino también por medio de otros servicios como pedir un taxi, hacer llamadas a recepción para información y para que limpien la habitación y hasta hacer pagos.

Debe de tener una buena conexión de internet inalámbrico, debido a que cuenta con aplicaciones que ayudan con tener un buen servicio virtual de atención al cliente. Sin

embargo, los hoteles inteligentes no solo sirven para hacer más fácil la estadía del huésped, sino que también ayudan a que los empleados tengan un trabajo más fácil, rápido y eficiente. Otra característica es que ayudan a evitar incidentes y a reducir el consumo de algunos servicios, haciendo que el hotel sea lo más competente posible.

Este tipo de hoteles no son precisamente diseñados o creados desde el inicio para que sean hoteles inteligentes, sino que también un diseño de hoteles convencionales puede ser transformado para que todas sus instalaciones sean adaptadas para poder convertirse en un hotel inteligente.

Razones porque un hotel deba convertirse en un hotel inteligente

Entre las diversas razones que un hotel haga el giro a un hotel inteligente están: Los hoteles, en general, están cambiando y el tipo de turismo está progresando; y el mundo también, si se quiere ir al mismo ritmo de los avances tecnológicos se tiene que evolucionar. Como lo van haciendo los hoteles de cadena como Marriot o Hilton, ya entraron al mundo de la tecnología y están comenzando a diseñar habitaciones inteligentes.

Esta nueva modalidad e innovación, no debería de restringirse solo para grandes hoteles de cadena, todos los hoteles deberían iniciar pensando en cómo proveer de tecnología inteligente a las instalaciones de los hoteles. Todo esto debe ser con el fin de lograr una mejora en la experiencia del huésped, ayudar al personal a trabajar más fácilmente y que el trabajo sea eficiente y a la vez se pueda ahorrar dinero.

Usando una smart room, los huéspedes pueden controlar los dispositivos de tal forma que diseñen la habitación a su gusto. También les resulta más fácil y cómodo obtener información importante. Ellos contribuirían a reducir cantidad de costes operativos e incentivará el ahorro energético. (Gascueña, 2020). A continuación, se mencionarán algunos beneficios que tienen los hoteles inteligentes:

Ahorro de energía

Los hoteles, para poder avanzar, deben enfrentarse a nuevos retos de gestión en todas las áreas de la empresa, pero sobre todo, en una de las áreas más importantes que es la gestión energética. El uso de una mayor cantidad de energía es empleada para ofrecer

servicios de calidad a sus clientes. Por lo tanto, se debe tener un control en el ahorro de energía y es la obligación de cada hotelero hacerse cargo de esto, debido a que el consumo de energía es uno de los costos más importantes del establecimiento.

Según Pérez (2016):

Los gastos de energía de una instalación hotelera oscilan entre un 3% y un 6% de los gastos de explotación, por lo que el ahorro de energía puede contribuir de manera significativa a la reducción de los costes de un hotel. Una cadena hotelera, estima que el consumo medio de energía en un hotel está entre 40 y 50 kwh por cliente/noche. (Pérez, 2016, párr.5).

Con lo mencionado anteriormente, se puede decir que los hoteles consumen gran parte de su energía para el gasto en alumbrado, ascensores, agua, aire acondicionado, maquinaria eléctrica para cocinas, restaurantes, lavandería; entre otros. No obstante, tener un buen manejo del consumo energético en la hotelería no es fácil por la gran cantidad de habitaciones, por su ubicación geográfica y las fuentes de energía utilizadas.

Algunas de las medidas de ahorro de energía que se pueden tomar en cuenta para ser eficiente esta área, es la iluminación LED, ya que ayuda a reducir el consumo de energía y proporciona la misma intensidad de luz y confort que los bombillos convencionales. Otra opción serían los detectores de presencia, estos sirven para usar la luz necesaria al detectar al huésped con temporizadores. Y la última opción son los sistemas centralizados de control de energía y sistemas de climatización, los cuales sirven para que las habitaciones posean la temperatura ideal al momento que se usa o no por el huésped.

Mejoras en la personalización

Hay muchas oportunidades importantes que ofrecen los hoteles inteligentes con el tema de la personalización, esto ayuda mucho a que los huéspedes sientan confort y en confianza en su estadía. Un ejemplo de esto son los televisores inteligentes, los que pueden configurarse para que se refieran a los huéspedes por su propio nombre y logran que tengan un control de todos los servicios que ofrece la habitación, estos mismos también pueden acceder a sus cuentas personales de Netflix u otra plataforma.

Otro ejemplo son los altavoces inteligentes, como el Alexa for Hospitality. Este dispositivo da la opción de que el huésped pueda tener acceso a sus cuentas personales de Netflix o Spotify, permite que se inicie sesión, entrando a la cuenta de Amazon Alexa y así poder tener acceso a sus propios audiolibros o archivos de música. Más adelante se explicará lo que es Amazon Alexa for Hospitality y se mencionarán más funciones que puede realizar.

Acceso directo a la información

El acceso a la información es otro beneficio para que los huéspedes usen tecnologías como “Amazon Alexa”, este tipo de tecnología permite que con tan solo la voz puedan hacer preguntas y recibir respuestas inteligentes. Asimismo, también permiten conectarse a otros servicios del hotel como, por ejemplo, se puede conectar al servicio de restaurante y que el huésped pueda estar informado si hay disponibilidad para comer. Aunque también se puede ir más allá, conectándolo a wall maps digitales que ayuden a obtener información sobre buenas reseñas de bares, restaurantes y atracciones turísticas.

Mantenimiento preventivo

Otro beneficio que pueden tener los hoteles es el mantenimiento preventivo, ya que este tipo de hoteles inteligentes tienen la capacidad de ofrecer esto. Permite que el personal tenga acceso para saber sobre el rendimiento de los aparatos y percatarse si están fallando, todo esto se puede conocer en tiempo real.

Este beneficio ocasiona que el personal esté pendiente de toda el área de mantenimiento para que puedan detectar problemas de forma rápida y precisa, antes de que suceda algún problema. Por consiguiente, los huéspedes no serán afectados por las fallas de mantenimiento y, al mismo tiempo, se ahorrará dinero en dispositivos de reemplazo, debido a que el problema se hallará a tiempo, lo cual colaboraría a que las habitaciones funcionen mejor en el mayor tiempo posible.

Herramientas tecnológicas

Los hoteles inteligentes tienen habitaciones sostenibles, a continuación, se mencionarán algunas herramientas tecnológicas que se utilizan para tener un mejor manejo en los hoteles inteligentes:

Big Data, es la base de datos en donde se guarda toda la información de cada cliente, esos datos se analizan y así obtienen ideas que ayuden a la mejora de toma de decisiones y a la realización de estrategias.

Según Redondo (2020), la definición del Big Data es esta: Son datos de gran variedad, que llegan en volúmenes cada vez mayores y, además, a una velocidad cada vez mayor. Y ahora hay más de tres, porque el concepto de Big Data ha evolucionado. Hoy en día, el almacenamiento de datos es más barato que hace unos años, así que resulta más rápido y barato almacenar más datos. ¿Pero para qué queremos tantos datos? En realidad, los datos sirven para lo que sea: ofrecerlos a otros clientes, usarlos para crear nuevos productos y funcionalidades, tomar decisiones comerciales y muchas cosas más. (Redondo, 2020, p.2).

El Big Data sirve para que los hoteleros puedan tomar decisiones, ya que tienen toda la información que se pueda necesitar para solucionar algún problema o dificultad de manera fácil. Es decir, el Big Data es un conjunto de datos más grandes y complejos percibidos de nuevas fuentes de datos, como son datos más grandes y complejos, a los programas de software tradicionales, que antes hacían el trabajo de procesarlos, ahora les resulta más complicado, entonces por esa necesidad se inventaron nuevas herramientas y nuevos programas de software.

Alexa for Hospitality, es un nuevo programa de la empresa Amazon y fue creado para que los hoteleros tengan en las habitaciones la opción de que este dispositivo sea como un conserje virtual activado por voz.

Según Tesse (2018) menciona que:

Alexa for Hospitality es un conjunto de herramientas que permitirá a los hoteles crear experiencias inmersivas con Alexa directamente en el contexto del hotel, el contexto de la marca y la estancia del huésped dijo el vicepresidente de Amazon, Daniel Rausch, en una vista previa de la funcionalidad del programa en Nueva York. La plataforma ofrece integraciones con sistemas de back-office, limpieza, conserjería y recepción, todos los servicios que los hoteles ya ofrecen, dijo, y los hace accesibles a través de la interacción de voz. (Tesse, 2018, p.1).

Las funciones de los dispositivos Alexa son: dar información del hotel como el horario de la piscina, del restaurante, gimnasio, spa, sala de reuniones, solicitar servicios del hotel o llamar a la recepción, también el servicio de limpieza u ordenar comida para la habitación. También permite controlar y ajustar la iluminación, la temperatura, las persianas inteligentes y los televisores que se encuentran en la habitación; de igual forma, el huésped podrá llamar por teléfono desde este dispositivo.

Alexa for Hospitality trabaja con tecnologías hoteleras y proveedores de soluciones para los hoteles. Los programas desarrollados por DigiValet, Intelity, Nuvola y Volara permiten a los huéspedes pedir vino o reservar citas de spa mediante comandos de voz y las solicitudes se envían a la administración de la propiedad, el punto de venta y los sistemas de solicitud de los huéspedes para su cumplimiento. (Tesse, 2018, p.2).

También con esta plataforma los huéspedes pueden acceder a sus cuentas personales de Amazon Alexa, para que puedan escuchar su música desde Amazon Music, Spotify y escuchar audiolibros. Sin embargo, se tiene la certeza de que cuando se retire el huésped, automáticamente se desconecta de su cuenta de Amazon en el dispositivo Alexa de la habitación y este pueda estar libre para el uso del próximo huésped. Aunque el huésped no tenga cuenta de Amazon, también puede hacer uso de Alexa, ya que el hotel tiene una cuenta de esta plataforma.

Al momento en que el huésped se tenga que ir del hotel, le puede indicar a Alexa que no quiere pasar por la recepción para hacer el *check out* y, automáticamente, se le da la alerta al equipo del hotel para que sepan que la habitación está lista para ser limpiada; así mismo, la habitación podrá estar preparada para el siguiente huésped.

Alexa for Hospitality no solo sirve para el uso del huésped, sino también para que los hoteleros puedan sacar gran provecho por medio del compromiso que se mide a través de análisis con base a los comentarios de los huéspedes sobre las funciones de los servicios que se dan en el hotel. También se les dará la opción, por si no quieren usar el dispositivo Alexa, de dejarlo silenciado a lo largo de su estadía, hasta desenchufarlo para mayor comodidad.

Existen diferentes modelos de Alexa a los que se les conocen como mayordomos virtuales, como el Parlante Amazon Echo Dot Inteligente con Alexa, de diferentes

generaciones, también hay un Amazon Echo Show Pantalla Inteligente con Alexa, pero el más nuevo de ellos es Alexa for Hospitality. El precio varía dependiendo el modelo, están entre los 80 000 colones y los 26 000 colones cada modelo.

Este dispositivo también ocasiona que los huéspedes puedan tener una experiencia como sentirse como en su casa. Con Alexa for Hospitality, los proveedores de servicios pueden habilitar y personalizar una gran cantidad de características de voz basadas en las necesidades de sus huéspedes.

Según informa Amazon (2018), Marriott presentaría la nueva experiencia de Alexa, a partir del verano del 2018, en diferentes hoteles seleccionados de Marriott Hotels, Westin Hotels & Resorts, St. Regis Hotels & Resorts, Aloft Hotels y Autograph Collection Hotels. El sistema también estaría disponible para otros hoteles que así lo soliciten.

Iluminación LED, el nombre proviene de sus siglas en inglés (Light Emitting Diode) que en español significa Diodo Emisor de Luz. La luz LED se basa en el efecto llamado electroluminiscencia con el que se emiten fotones que causan el color de la luz que vemos. Las bombillas LED que se actualizaron son capaces de reproducir millones de colores, no emiten en el rango de frecuencia ultravioleta ni en infrarrojo, esto quiere decir que no irradian calor, lo cual es un problema ya que necesita mecanismos de conducción.

Según Twenergy (2019):

La mejor o peor disipación térmica que tengan los LED influirá en su vida útil, que se puede ver reducida hasta en un 75% con rangos de temperatura ambiente de 30°C. La vida útil también presenta alta variabilidad en función de la intensidad de corriente. A pesar de ello, las luces LED presentan los mejores valores de eficiencia en el mercado, en torno a 70-90 lumen/vatio frente a los 16, por ejemplo, de las luces halógenas. Esto se debe especialmente a la inexistencia de reflectores y a su direccionalidad, que hace minimizar las pérdidas. (Twenergy, 2019, párr. 5).

Unas de las ventajas que se pueden obtener de las luces LED son las siguientes: vida útil de 60 000 h, encendido instantáneo, control de flujo e intensidad sin que altere la vida útil, mínima contaminación lumínica, costos mínimos de operación y mantenimiento, no

contienen componentes contaminantes como mercurio, plomo, etc. Estas luces son cada vez más populares en el mercado de la iluminación, aunque no sean tan baratas tienen mucha duración y ayudan al medio ambiente.

Hoy en día la empresa ya no es suficiente con el simple hecho de existir y para que puedan competir en el mercado es indispensable tener bien definido el rumbo, pero también tener un área virtual bien organizada formada de múltiples canales, redes sociales, estrategias, redes de conexión y recientemente una aplicación móvil. Las aplicaciones móviles (Apps), son programas que se pueden descargar y no solo se instalan en los teléfonos inteligentes, sino también en las tablets.

Una app puede brindar una mayor comodidad y, en un hotel, logrará que se posicione como marca y que esté más cerca del huésped. Según Alan Tamayo (2020), menciona que:

Al tener una app con implementaciones para tal, permitirá al usuario al ir navegando y haciendo uso de ella, dar al software a conocer sus intereses por lo cual la misma app irá mostrando cada vez más contenido o, productos de cada vez más relevancia para el usuario. Esto incrementará sin duda la conversión por lo que las ventas o de tu empresa podrían verse beneficiadas. (Tamayo, 2020, párr.14).

Las apps también brindan experiencias al usuario y la información que incluyen estas debe de tener la seguridad de que los datos están guardados y así brindarles privacidad. También son innovadoras, ya que utilizan un lenguaje nuevo y juvenil, en donde los usuarios quieren encontrar información novedosa, lo que ocasiona que tengan una mayor presencia en el mercado. El costo de una aplicación sencilla está entre los 14 783,36 colones o 22 175,04 colones. Las aplicaciones más avanzadas pueden superar los 147 833, 57 colones.

Las tablets, son dispositivos de computación portátil; es decir que utilizan una batería recargable para poder funcionar; además estos aparatos han sido diseñados con el propósito de poder ser sostenido por una o ambas manos del usuario, para lo cual tiene el peso y el tamaño apropiado para que su uso sea cómodo y placentero, aun las tablets de pantalla más grandes. (Marker, 2020, párr.3).

Además, tienen una pantalla táctil que permite tener varias funciones con el simple hecho de usarla con los dedos; es decir, sirve para usar apps, seleccionar texto, dibujar, escribir y otras funciones como ver películas, usar redes sociales, escuchar música, etc. Una tablet nunca podrá reemplazar una computadora, pero sí se puede usar para muchas cosas que se hacen en una computadora y es de un tamaño más cómodo y pequeño. El precio de las tablets varía dependiendo de la marca que se escoja, una de las más caras cuesta aproximadamente en 406,990 colones hasta los 80,990 colones, dependiendo de las funciones que cada hotel quisiera y del modelo de la tablet.

Pantallas inteligentes, según Gebhart (2018):

Las grandes firmas tecnológicas quieren agregar otra pantalla a tu sala. Conocidas, tentativamente, como "pantallas inteligentes", estos dispositivos combinan la funcionalidad de las bocinas inteligentes como la Google Home o la Echo de Amazon con una pantalla táctil para ver videos, ver fotos o ver información adicional después de que le hagas una pregunta a Alexa o Google Assistant. (Gebhart, 2018, p.1).

Las pantallas inteligentes se conocen como la evolución de las bocinas o parlantes inteligentes como Amazon Alexa. Estas pantallas inteligentes pueden hacer cumplir con la misma función que Alexa, pueden controlar la habitación de un hotel inteligente, pero con más funciones como hacer una llamada, buscar información en la web, revisar el calendario; entre otras cosas.

Lo nuevo de este tipo de pantallas es que táctiles, esto ocasiona que se puedan ver videos, películas, hacer videollamadas y hasta pueden dar detalles sobre restaurantes o el mismo restaurante del hotel. Las pantallas en la actualidad usan a Alexa, el cual es el asistente digital de Amazon o al Google Assistant de Google.

Según Gebhart (2018):

Las pantallas inteligentes tienen diferentes modelos y de diferente tamaño que van entre 7 a 10 pulgadas y los precios van desde una gama de US\$150 (la Google Home Hub) a US\$350 (Portal de Facebook Plus), pero la mayoría cuesta entre US\$230 (la nueva Echo Show) y US\$250 (la Lenovo Smart Display de 10 pulgadas

y la JBL Link View). Puedes visitar los análisis individuales para conocer más sobre su disponibilidad en mercados internacionales y precios. (Gebhart, 2018, p.3).

Entonces las pantallas inteligentes por su tamaño no permiten reemplazar a un televisor, pero son aptas para navegar por la web. También contienen una interfaz muy sencilla para que desde el otro lado de la habitación sean visibles y sea fácil interactuar, con unas mejoras en las respuestas al comando de voz.

Por otro lado, también están las Smart TV, que son televisores inteligentes y se caracterizan por contar con conexión a internet ofreciendo servicios digitales, como buscar información en la web, ver películas o series online y cuenta con diferentes aplicaciones. En este tipo de herramienta tecnológica se puede enlazar o conectar a una computadora para poder acceder a las diferentes redes sociales, disfrutar de transmisiones de streaming o realizar compras online.

En la actualidad se usan más las Smart TV que los televisores convencionales, ya que cuentan con conexión a wifi y se puede conectar con otros dispositivos inteligentes como Amazon Alexa, Apple TV o Fire TV stick. Hay diferentes modelos y marcas de Smart TV, por lo mismo los precios varían, entre \$189 dólares a \$600 dólares.

Por su parte, las persianas inteligentes son complementos indispensables para controlar la entrada de luz solar en nuestras viviendas permitiendo, con unos simples movimientos, reducir su intensidad a ciertas horas del día o maximizar la luminosidad cuando atardece, de ahí que resulte interesante automatizar sus funciones para facilitarnos el uso cotidiano. (Rodríguez, 2020, p.1).

Cada vez son más famosas en el mercado, debido a que hay una mayor oferta. El motivo es que se ha integrado una opción de detectar la posición solar para subir, bajar y ajustar las persianas dependiendo de la hora del día y también se puede tener una programación personalizada al momento de querer usarlas por medio de una aplicación, se podrá acceder al sistema de orientación para poner las preferencias de cada huésped. El precio de las persianas inteligentes varía dependiendo de la marca que las fabrique o venda, sería entre \$724 dólares y \$844 dólares cada una.

Según Rodríguez (2020):

Por ejemplo, según el fabricante el sistema es capaz de ajustar la posición de la persiana para maximizar la entrada de luz o para reducir los reflejos, incluso adaptándose a cada época del año ajustando el ángulo adecuado en las diferentes temporadas. Además, las nuevas persianas serán compatibles con Amazon Alexa y Google Assistant, utilizarán pilas AA recambiables y contarán con mando a distancia adicional para controlar las funciones básicas sin necesidad de usar el móvil. (Rodríguez, 2020, párr.5).

Para poder lograr un mayor ahorro y eficiencia en la energía de los sistemas de ventilación, climatización e iluminación en el hotel es por medio de los sensores de movimiento, también ayudan a tener un mayor confort y una mayor seguridad. Estos sensores funcionan por medio de un dispositivo electrónico con un sistema de encendido o apagado que detecta los movimientos en la zona o el ambiente en donde esté instalado.

Hay diferentes tipos de sensores en el mercado, uno de ellos son los sensores de presencia ultrasónicos, estos captan en el espacio cada objeto que se encuentre en el ambiente y, si es un nuevo objeto, se activa por medio de una onda ultrasónica. Otro sensor es el infrarrojo, estos detectan la presencia de un cuerpo que entra en el ambiente y trae consigo un cambio en la temperatura; es decir, sirve para encender la luz, el aire acondicionado, el ventilador; entre otros, cuando una persona entra a la habitación del hotel. El último sensor es el sensor dual, que es la combinación de los sensores antes mencionados.

Estos sensores de movimientos funcionan también a través de una aplicación, son comunes en los lugares como pasillos, entradas o también en lugares donde haya sistemas de climatización o ventilación. Por ejemplo, es frecuente usarlos en los baños, con el propósito de mantener una buena ventilación, eliminar la humedad y malos olores.

Según Búrdalo (2018):

Este innovador sistema de llaves digitales, es capaz de ofrecer al propietario del establecimiento la gestión integral de permisos de acceso desde un smartphone, tablet u ordenador en cualquier parte del mundo, y al cliente le

permite acceder a cualquier estancia del hotel con un simple teléfono móvil, haciendo innecesarias las llaves mecánicas y ahorrando el tiempo de espera para el cliente así como todos los inconvenientes que se generan para entregar y recoger dichas llaves y todo el proceso de check in, y check out, ya que esta tecnología se encarga de todo y permite al cliente hacer auto check in con tan sólo fotografiar ambas caras de su DNI o pasaporte. (Búrdalo, 2018, párr.2).

Las llaves digitales sirven para que el huésped pueda acceder a las habitaciones del hotel, con el simple hecho de enviar un código a los huéspedes correspondiente a la habitación que se le asigne. Este nuevo sistema también tiene la seguridad de anular o borrar los códigos de cada llave por medio de la plataforma o la aplicación del administrador, cuando sea necesario. Automáticamente, se puede cancelar la llave del huésped que termine su estancia en el hotel para que no pueda volver a utilizarla.

Estas llaves se envían por medio de la aplicación o plataforma del hotel y, dependiendo de la estadia del huésped, es válida. También el personal de limpieza, mantenimiento, lavandería u otros, tienen acceso a las llaves digitales. Esta novedosa idea es compatible con Android y con Apple, con los sistemas telefónicos para que puedan usar y disfrutar de este servicio en cualquier momento de su estancia, sin la necesidad ir a recepción o de que el personal lo asista.

La plataforma que controla este tipo de llaves digitales tiene diferentes estándares y protocolos de seguridad que verifican en tiempo real cada identificación o pasaporte. También están conectadas al momento de que el huésped realiza el check in.

Según Búrdalo (2018):

Es necesario que el cliente saque dos fotografías a su DNI o pasaporte, una a cada cara. Esto confiere aún más confianza y discreción a aquellos clientes que no quieran ser vistos ni tener que esperar, ya que el cliente dispondrá de sus llaves para entrar en el hotel desde el mismo momento que realice su reserva y una vez hecho el auto check in, es decir sacando las mencionadas fotografías a su DNI. (Búrdalo, 2018, párr.6).

Esto también ayudará a que los empleados trabajen más rápido y más ágilmente, sin la necesidad de llevar llaves maestras con ellos. Entonces esta idea ayuda para tener un mejor manejo del trabajo administrativo y permite que el personal ofrezca una mejor atención para los huéspedes. También se implementarán nuevas formas de hacer el check in y check out, como el check in express, auto check in y check out.

Por consiguiente, este nuevo servicio evita que se tenga un incremento en los costes innecesarios de tiempo y dinero, debido a que se reemplazarán las llaves mecánicas convencionales y también ayudará mucho en el trámite del personal para dar acceso a los huéspedes con sus llaves o al personal de limpieza.

La seguridad en los hoteles inteligentes

En los hoteles inteligentes, como una de sus bases principales, está la tecnología. Se necesitan dos elementos importantes que deben estar bien manejados, es la informática y el internet, ya que gracias a estos dos elementos se tiene un control de la gestión y de los sistemas del hotel.

Debido a esto, se necesita una persona responsable de la seguridad informática y virtual del hotel, las principales medidas de seguridad que se tiene que llevar a cabo en un hotel inteligente son las siguientes:

Proteger la conexión entre equipos del internet y del hotel, por medio de la encriptación de datos.

Estar bien informados sobre los protocolos que se necesitan ante una situación de ciberataques o brechas de seguridad.

El personal debe de estar informado sobre ciberseguridad, mediante cursos que se les pueden dar y puedan cumplir con los protocolos de seguridad virtual.

Hoteles Inteligentes en el mundo

A continuación, se mencionan algunos lugares de hospedaje que ya han implementado de la tecnología inteligente para tener un mejor funcionamiento del establecimiento:

El Boutique Hotel de Burdeos encontrará un Smartphone en cada habitación que permite a los huéspedes extranjeros deambular por Burdeos con una verdadera guía online de la ciudad, evitando los costes de itinerancia y los inconvenientes de las conexiones (para ellos) desde el extranjero. (Fred, 2019, p.3).

El hotel Marriott International a partir del año 2018 ya implementó dispositivos de Alexa for Hospitality, en sus diferentes propiedades seleccionadas que son: Marrior Hotels, Westin Hotels & Resorts, St. Regis Hotels & Resorts, Aloft Hotels y Autograph Collection Hotels. Cada hotel tendrá una Alexa y debe de estar personalizada dependiendo del grupo demográfico, por ejemplo, la ubicación o los atractivos turísticos que se encuentren cerca del hotel y por supuesto tendrán los diferentes tipos de servicios que tengan cada hotel.

El Hard Rock Hotel Ibiza en Suiza es otro hotel que ha implementado la tecnología de una pulsera o brazalete inteligente, el cual ayuda a que los huéspedes puedan abrir sus habitaciones, accedan a diferentes partes del hotel, puedan realizar el check out express y pagar diferentes productos.

El 1828 Smart Hotel en Buenos Aires, Argentina es un hotel conocido como “el hotel más inteligente del mundo”, en el cual se ofrece tecnología, lujo y atención personalizada. Por ejemplo, al momento de que los huéspedes tengan que hacer el check in, el hotel le entrega una tablet con la cual podrán pagar, controlar las luces de la habitación y la temperatura del aire acondicionado, escuchar música, abrir y cerrar cortinas, aromatizar la habitación, solicitar room service, obtener información del hotel, acceder al menú del restaurante e interactuar en las redes sociales; entre otras funciones.

Otro hotel es el Sol Waver House ubicado en Mallorca España, su función principal es con base a Twitter, donde la comunidad #SocialWave puede conocer personas, hacer amistades y tener un seguimiento sobre todo lo que ocurre alrededor. El conserje tiene en uso la aplicación de Twitter para que pueda responder las preguntas de los huéspedes y estar conectado en tiempo real en el hotel para cualquier necesidad que tengan los huéspedes.

The Torch, en Doha, Qatar es otro hotel inteligente que tiene unos 300 metros de altura con una vista panorámica de 360° de toda la ciudad. En las habitaciones de este hotel

cuentan con un iPad en el que pueden pedir servicio de comida a la habitación y controlar el sistema de iluminación ambiental en los doce colores diferentes que tienen.

En Londres, Reino Unido, se encuentra un hotel inteligente que se llama Eccleston Square, es elegante por fuera y tecnológico por dentro. Es una mezcla entre lo tradicional y la modernidad, ya que ofrece tecnología en las habitaciones como el iPad 2 personal, conexiones para iPod, camas programadas con masajes, televisión LED integrada en el espejo del baño, televisores de neoplasma Panasonic Full HD 3D y un smartGlass que puede mostrar y ocultar la ducha con un solo click. También cuenta con luces e imágenes que ayudan a inducir el sueño profundo.

Aloft Cupertino, California, Estados Unidos:

Este hotel cuenta con ALO Botlr, un robot mayordomo que ofrece servicio de consejería y se encarga de entregar las amenities (productos) en las habitaciones, entre otras tareas. Las propinas que recibe son tweets con el hashtag #meetbotlr que el cliente puede escribir en su pantalla táctil que incorpora. (Alegre, 2017, párr.10).

Según Alegre (2017):

El Hotel 1000, Seattle, Estados Unidos, es el hotel ideal para quienes viajan por negocios, ya que su tecnología incorporada se adecua a estas necesidades. Las habitaciones cuentan con teléfonos de dos líneas VOIP con auriculares inalámbricos, permitiendo realizar llamadas nacionales e internacionales sin cargo. Cuenta también con un campo de golf virtual y un sistema de tratamiento recuperación del agua; unos sensores infrarrojos que miden la temperatura corporal del huésped informan al personal si la habitación está ocupada. (Alegre, 2017, párr.11).

Hoteles Inteligentes en Costa Rica

El hotel boutique Lagarta Lodge en playa Nosara, Guanacaste, ha entrado a esta nueva tendencia de la tecnología para mejorar la experiencia de los huéspedes. Han implementado paneles solares, cámaras de vigilancia, sonido ambiental, conexión a internet, ahorro de energía y gestión del agua potable.

Desde el año 2019, el hotel boutique Lagarta Lodge ha implementado nuevas tecnologías como tablets en las habitaciones que permiten la comunicación con todas las áreas del hotel, programas de reservas diseñados especialmente, una plataforma de pago digital y; además, planean implementar llaveros digitales de tipo touch en donde lo podrán utilizar mediante una app en su teléfono.

Otro hotel es el Lost Iguana Resort en La Fortuna, este ha invertido en estructuras como las pantallas inteligentes y wifi de banda ancha en todo el hotel. Estas inversiones son para que el huésped pueda disfrutar de un tour virtual con Google. También quieren implementar iPads en todas las habitaciones para que los huéspedes las usen para realizar pedidos de room service.

De igual forma hay otros hoteles en Costa Rica que quiere adentrarse a este mundo de la tecnología como el hotel Parador Resort and Spa en Manuel Antonio y el Hotel Real Intercontinental en San José, ambos establecimientos quieren implementar llaveros electrónicos para una mayor comodidad con los huéspedes.

Según Montero (2019), menciona sobre lo que buscan las tendencias globales en hotelería:

Buscan ofrecerles una experiencia más personalizada a los huéspedes. Para lograrlo, recurren a la tecnología para conocer sus gustos, preferencias y particularidades, incluso antes de que lleguen a su alojamiento. La Cámara Costarricense de Hoteles (CCH) recopiló la experiencia de los hoteles locales y destacó dos tendencias primordiales: acceso inteligente o check in autogestionado. Esto se hace mediante una aplicación y es posible obtener una “llave” de ingreso en el celular, sin registrarse antes en el mostrador de recepción y televisión inteligente. Implementación de sistemas que permiten tener acceso a películas, Netflix y otras facilidades del hotel, en el televisor. (Montero, 2019, p.1).

Los hoteles están en constante cambio y crecimiento por la aspiración de recortar los costes laborales, pero también gran parte de los hoteles más tecnológicos deben asumir las dificultades para incorporar toda su operación en una herramienta que pueda responder a todas las necesidades del hotel.

Entonces son muchos los usuarios que quieren interactuar con los hoteles de manera flexible, por medio de Whatsapp para solicitar la disponibilidad o el check in temprano y hasta para poder acceder a su habitación por medio de una aplicación. Sin embargo, los consumidores están en un constante cambio de expectativas acerca de cómo quieren interactuar con el hotel.

Se puede concluir que un hotel inteligente es sinónimo de un hotel ecológico porque va de la mano con la sostenibilidad, ya que la tecnología inteligente permite que se tenga un mayor ahorro y cuidado en el manejo de los recursos, esto quiere decir que puede controlar mejor el manejo de los recursos que hay en un hotel.

Sostenibilidad

Durante muchos años la sociedad ha normalizado y se ha acostumbrado a todas las consecuencias, repercusiones y problemas que conllevan las actividades del ser humano en la naturaleza que afectan tanto a los animales y plantas, pero también a los mismos seres humanos. Estas actividades humanas tienen como objetivo el crecimiento económico, sin importar los efectos negativos hacia el medio ambiente.

El turismo sostenible se ha vuelto una tendencia en el mundo, pero también ha tenido una mayor prioridad e importancia para los hoteleros de todo el mundo. Para ello se necesita tener unas medidas para poder incrementar la oferta y a la vez contribuir a reducir la contaminación en el medio ambiente.

La industria hotelera debe tener en cuenta cómo llegar a un desarrollo sostenible para tener una mejora en el impacto ambiental. El desarrollo sostenible es aquel que asegura las necesidades presentes, pero sin comprometer las necesidades futuras. Por consiguiente, este desarrollo debe complementarse con el aspecto ambiental, económico y social para que el hotel pueda tener un crecimiento y sea próspero, sin la necesidad de afectar al medio ambiente y a la sociedad.

La definición de sostenibilidad según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), (2017):

La sostenibilidad, como modelo para el desarrollo, plantea la necesidad de satisfacer los requerimientos actuales de la sociedad, sin comprometer el

derecho de las futuras generaciones a satisfacer las suyas. (Instituto Costarricense de Turismo, p.1, 2017).

El turismo contribuye aproximadamente al 5% de las emisiones de gas invernadero en el mundo, una cifra que se espera crezca un 130% para 2035, según el Instituto de Cambridge para el Liderazgo de la Sostenibilidad. (Hinojosa, 2019, párr.2).

Reducir las emisiones es una labor esencial para los hoteleros que estén a favor del medio ambiente. Por lo mismo, deben de implementar medidas que ayuden con la prevención de las emisiones para que estos gases se reduzcan. La medida más eficiente para lograr la reducción de emisiones es el ahorro de energía, utilizar fuentes de energía alternativas para poder cubrir las necesidades del hotel, para eso se debe saber cuáles energías renovables son las adecuadas.

Una de esas fuentes de energías renovables se consigue al climatizar el agua de la piscina con la implementación de paneles solares. La energía solar térmica es de gran utilidad para suministrar agua caliente sanitaria en el hotel y se usa un tanque de almacenamiento para tenerla como reserva en el momento de escasez.

Por las emisiones de gases que han sido causadas por el efecto invernadero, gracias al impacto que ha tenido el turismo en el planeta, diversos viajeros ecológicos han aparecido generando un crecimiento en la demanda del turismo ecológico ocasionando que estos viajeros realicen prácticas de sostenibilidad en la hotelería. Todo esto ha ocasionado que se tenga una mayor importancia en la sostenibilidad, ya que en se tiene una preferencia por los alojamientos ecológicos.

Algunas prácticas que han tenido los hoteles para la buena gestión de la energía son las siguientes:

Reemplazo de los termostatos manuales por digitales, estos últimos ayudan a que se pueda tener un mejor manejo, ya que se pueden programar cuando se necesite apagar o encender y también cuando se quiera cambiar la temperatura.

Sensores de ocupación en las habitaciones, los cuales son sensores de movimientos. Estos ayudan a saber si hay o no personas en la habitación y automáticamente se enciendan o se apaguen las luces, el aire acondicionado y el agua en la ducha.

Cambio en las lámparas comunes por las de iluminación LED, este tipo de iluminación ayuda con el ahorro de luz y, por consiguiente, con el ahorro de energía. Además, este tipo de bombillos son más duraderos que los comunes, por ende, se tendrá un ahorro en la economía.

Preferencia por los aparatos de alta eficiencia. Estos aparatos son amigables con el ambiente y tienen un ahorro de energía, ya que fueron creados para que trabajen de manera normal, pero con una cantidad reducida de energía. Tienen una durabilidad mayor, pero con el mismo resultado.

Según Rondón (2020), menciona:

Una práctica innovadora que está bombeando en la escena mundial es el uso de la energía solar. El costo de la compra de paneles solares está disminuyendo y algunos gobiernos están promoviendo su uso a través de incentivos financieros. En el Green Report, el 21% de los hoteles utilizan algún tipo de energía sostenible en el local, siendo la solar la más popular, pero también, en menor número, la eólica y la geotérmica. (Rondón, 2020, párr.10).

Otras prácticas para ayudar a la gestión del agua en los hoteles son las siguientes: el uso de inodoros, grifos y duchas más eficientes, también el uso de sistemas automáticos de irrigación inteligente, la recolección de agua por medio de la lluvia y el tratamiento y reutilización del agua, muchos sistemas de riego son automáticos con sensores inteligentes. Otra idea innovadora para el cuidado del agua es el uso de duchas que filtran su propia agua.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé que para 2020 se habrán realizado unos 1.600 millones de viajes respetuosos con el medioambiente. Y es que el respeto al medioambiente está pasando de ser una cuestión deseable en los hoteles a una prioridad imprescindible para un número cada vez mayor de viajeros concienciados con el entorno y la sociedad. El 66% de las personas encuestadas en todo el mundo pagaría más por productos y servicios de empresas comprometidas con la sociedad y el medioambiente, un 11% más que el año anterior. (Hinojosa, 2019, párr.12).

Los hoteles deben de estar comprometidos con la ecología para que los viajeros puedan ser atraídos y concientizados de que la calidad de sus viajes no cambiará al cuidar el ambiente. Todavía falta mucho para que el sector hotelero sea económicamente sostenible; no obstante, cada práctica que se implementa en los hoteles es un paso más para llegar a ser un hotel sostenible.

Los hoteles sostenibles, como todo un sector, deben de trabajar juntos para que se puedan enfrentar a los nuevos retos que trae el medio ambiente y, también, los retos sociales que conlleva, ya que esto es necesario para crear nuevas ideas, soluciones y estrategias que salen de las opiniones de los huéspedes para que los hoteles puedan desarrollarse como los hoteles del futuro y poder dirigir al establecimiento a lo sostenible.

Hotel sostenible

Se puede definir a un hotel sostenible como aquel donde se pretende reducir al máximo el consumo de recursos naturales, energéticos y las emisiones, también en donde se recicla la basura con el objetivo de que el impacto ambiental sea el menor posible. Este tipo de hoteles son diseñados con un respeto al medio ambiente en la zona donde se ubican, esto quiere decir que se construyen con materiales naturales de la zona. Cuentan con sistemas de iluminación eficientes, instalaciones de agua con baja presión y muchas veces pueden generar su propia energía.

Los hoteles sostenibles influyen de manera positiva al medio ambiente porque procuran consumir lo local, entonces hacen que la economía local crezca. Son conocidos como eco-friendly porque son amigables con el ambiente, ya que se preocupan por cuidar el entorno. Estos hoteles deben de cumplir con las cinco R's de la sostenibilidad hotelera, que son: replantear, reducir, reutilizar, reciclar y respetar.

Replantear: este punto es el primero para que un hotel pueda implementar estrategias de sostenibilidad, debe de replantear el hotel de manera integral si el hotel es sostenible. Esto quiere decir que, aunque el hotel no haya sido diseñado desde un principio como hotel sostenible, debe de tomar en cuenta algunas medidas para cumplir con los requisitos de la sostenibilidad.

Reducir: es el punto básico para que un hotel sea sostenible, ya que reduce energía, reduce consumos, reduce residuos, etc. Todo esto quiere decir que todo el trabajo debe ser activo con el único objetivo de reducir el impacto con el medio ambiente.

Reutilizar: reducir los consumos y los residuos de los hoteles da como finalidad el reutilizar, esto es crear iniciativas sostenibles en la comunidad, ya sea de forma inmediata o en un futuro.

Reciclar: si ya se logró reducir y reutilizar los recursos, se debe lograr reciclar esos recursos para tener un buen funcionamiento y desarrollo en las estrategias de sostenibilidad en el hotel. Por ejemplo, se puede reciclar la basura o algunos otros productos que sobren o no tengan un buen uso en el hotel.

Respetar: esto tiene que ver con respetar a las personas, la cultura local y el medio ambiente; es decir, no se debe contaminar y se debe estar en sintonía con el entorno. Tiene que ver con la sostenibilidad social, sobre la sociedad.

¿Qué necesita un hotel para ser sostenible?

Un hotel sostenible para ser considerado como tal, debe de cumplir con los siguientes requisitos y ponerlos en práctica:

- Su diseño y construcción debe ser con materiales que sean amigables con el medio ambiente y tener en cuenta el ambiente, la sociedad y la cultura.
- Respetar el entorno natural, social y ambiental, esto se refiere a que no se debe contaminar y estar en sintonía con el ambiente y la cultura de la zona.
- Debe apoyar el desarrollo de la comunidad, quiere decir que debe consumir los productos o servicios locales.
- Promocionar la alimentación ecológica, esta se hace con productos locales, como frutas, verduras, cereales, etc., los que se den en la zona donde se ubique el hotel.
- Usar energías renovables, todo su suministro energético debe estar funcionando con energía renovable. Algunos ejemplos de energía renovables son: la energía solar, energía eólica; entre otras. Son todas aquellas energías que funcionan por medio de fuentes naturales; por ejemplo, un producto común de la energía solar serían los paneles solares que funcionan con la energía que da el sol.

- Debe implementar iluminación de bajo consumo, como la iluminación LED y también sistemas de agua que cuiden el manejo del agua para que esta no se gaste.
- Utilizar en los productos del hotel, como las sábanas, toallas, jabones; entre otros, material orgánico que sean fabricados de materiales amigables con el medio ambiente; es decir, de origen animal y vegetal.
- Obedecer las normas de construcción bioclimática, estas normas lo que pretenden es reducir al máximo el consumo de la calefacción o el aire acondicionado. Estas normas de bioclimática usan las condiciones climáticas de la zona donde se ubica el hotel para disminuir el impacto contra el medio ambiente.

Con todos estos requisitos los hoteles se pueden convertir en hoteles sostenibles y, aunque empiecen con uno o dos requisitos, ya están dando el primer paso para llevar a cabo una gestión más respetuosa con el medio ambiente. En cuanto a los viajeros que se hospeden en hoteles sostenibles están practicando un tipo de turismo conocido como turismo sostenible.

Certificado de Sostenibilidad Turística

El Instituto Costarricense de Turismo otorga a las diferentes empresas que lo deseen el Certificado de Sostenibilidad Turística, por consiguiente, tiene el apoyo del instituto. Este se basa en el desarrollo turístico y se basa en la interacción entre el uso apropiado de los recursos naturales y culturales del país, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y el éxito económico, todo eso en conjunto para contribuir con el desarrollo nacional.

El Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) es una fuente nueva de competitividad, se da para diferenciar la industria turística con la competencia, en donde lo importante es el desarrollo de un producto turístico al añadir una connotación de sostenibilidad, con el objetivo de abrir paso al mercado y a la promoción internacional, todo esto consigue nuevas posibilidades. De igual forma, promueve el ahorro y la utilización eficiente en el manejo de los recursos teniendo un impacto positivo tanto en la calidad del producto turístico como también en la relación costo-beneficio.

El CST mitiga directamente la práctica inconsecuente de algunas empresas que operan como "greenwashers" (empresas que abusan del concepto "eco" o "sostenible"),

brindando información confiable sobre las empresas que realmente se esfuerzan por ofrecer un producto turístico sostenible y cuáles no. Esto fortalece la imagen del país como destino auténticamente naturalista, aumentando considerablemente la competitividad del producto turístico nacional. (ICT, 2020).

El objetivo principal de hoteles sostenibles es que la existencia del dióxido de carbono (CO₂) tenga el menor impacto posible en el mundo, para que ayude a que el planeta tenga muchos años más de vida y se convierta en un lugar para tener una vida mejor y más plena en el futuro; además de que logre alcanzar a las generaciones futuras.

Este tipo de hoteles sostenibles, pueden hacer que las habitaciones sean más sostenibles y este tipo de habitación van en conjunto con las habitaciones inteligentes, ya que un hotel inteligente tiene los recursos necesarios para lograr ser amigables con el ambiente. Todo esto está relacionado con las fuentes de ahorro energético dentro de las habitaciones para tener una mejor gestión en el hotel. Un ejemplo de esto son las bombillas de iluminación LED, estas pueden aumentar o disminuir automáticamente la potencia de la luz. También la calefacción puede cambiar automáticamente la temperatura, por medio de alguna tablet o pantalla digital. Todo esto definitivamente ayuda a reducir los costes de los hoteles.

Se dice que los destinos turísticos tienen la necesidad de renovar y rehabilitar los tradicionales hoteles para hacerlos más innovadores, atractivos y confortables, con características que los diferencien en diseño y sostenibilidad. Se necesitan factores como la innovación, la ecoeficiencia, calidad y responsabilidad para lograr una buena gestión del hotel y la sostenibilidad ambiental.

Se puede definir a la ecoeficiencia hotelera como la que proporciona servicios que contribuyen con las necesidades de los huéspedes, al mismo tiempo no tienen algún impacto en el ambiente y, a su vez, utilizan los recursos del hotel pero reduciendo los mismos. Todo esto para que no haya contaminación y fomentar así el reciclaje para aumentar la calidad de los servicios utilizando los productos locales.

Para lograr eso se deben de tener buenas prácticas ambientales dentro del hotel, estas prácticas tienen el objetivo de reducir el impacto con el entorno, ahorrar recursos y así poder mejorar la eficiencia del hotel para tener una mejor gestión ambiental. También con

estas prácticas se puede evaluar la satisfacción ambiental de los huéspedes y atender sus quejas y sugerencias. Entonces se puede decir que la calidad ambiental es el camino para llegar a la excelencia.

Coronavirus: la nueva normalidad en la industria hotelera y turística

Zubieta, afirma lo siguiente acerca del impacto del COVID-19 en la industria hotelera:

La industria del turismo mantuvo un crecimiento sostenido de 4 %, en promedio, al cierre de 2019, generando 1.5 billones de viajeros en el mundo, según el barómetro de la OMT. Ese mismo año, el número de hoteles categorizados con estrellas ascendía a 402 000 a nivel mundial, de acuerdo con el Estudio de Mercado de Bold Data 2019. Este crecimiento sostenido se vio paralizado temporalmente por la pandemia de COVID-19, y ahora los establecimientos de hospedaje deben asumir nuevos retos para adaptarse a la “nueva realidad. (Zubieta, 2020, párr.1).

Todos los sectores en el mundo se vieron afectados por la pandemia, pero el mayor de ellos fue el sector de la hotelería, el cual tiene la obligación de adaptarse con mucha rapidez. El sector hotelero tiene la responsabilidad de generar seguridad y confianza en los huéspedes, esta nueva normalidad trae consigo nuevas prácticas que los hoteleros deben tener como, por ejemplo, el check in digital, el servicio de botones debe desaparecer y viene la tendencia del desayuno en la habitación eliminando los buffet.

También existen nuevos protocolos de bioseguridad que implementaron para cubrir las necesidades del mercado. La pandemia provocó que los cambios y la innovación en la tecnología fueran más rápidos, aunque en varios hoteles del mundo ya se estaban implementando, también se implementaron medidas que garantizan una experiencia segura para los huéspedes.

Se incorporaron servicios digitales avanzados como el fast pass, este permite hacer el check in y check out de forma online, desde los smartphones de los huéspedes para lograr que los procesos se hagan más rápidos y también poder reducir el contacto con el personal de la recepción. Todo esto ocasiona que se creen plataformas de atención de

servicio online para realizar pedidos a la habitación, para brindar información turística de la zona; entre otros servicios.

Según Zubieta (2020), dice:

Definitivamente, contar con una certificación de prestigio será un valor agregado que ayudará a transmitir confianza a los viajeros. Hace algunas semanas, el hotel Casa Andina Premium Miraflores implementó rigurosos protocolos de bioseguridad que han sido auditados por la prestigiosa compañía internacional Bureau Veritas, quien les brindó la certificación Safeguard, y se espera continuar con otras propiedades de la cadena a nivel nacional. Otro establecimiento que ha anunciado que seguirá el mismo proceso con la reconocida empresa es Sumaq en Machu Picchu Pueblo, que se alista para recibir al viajero más exigente. (Zubieta, 2020, párr.4).

Principales tendencias para la nueva normalidad en la hospitalidad

Reservas flexibles, el hotel en la actualidad se debe adaptar a las reservas reembolsables y que tengan la opción de cancelación para que no afecte al huésped y así el hotel tenga una buena fama de que es flexible en ese tema. Sin embargo, siempre será mejor ofrecerle al huésped una reprogramación de cambio de fecha en vez de la cancelación de la reserva sin costo adicional.

La reducción de contacto con personas se debe de tener la opción de poder realizar el check in y el check out en línea, esta opción estaba creciendo antes de la pandemia porque está relacionada con los hoteles inteligentes y por motivo de la pandemia tuvo un fuerte crecimiento en este tiempo. El huésped puede recibir un correo electrónico con todos los detalles de su reserva y con los datos de su nombre para dar una confirmación y cuando llegue al hotel tenga listo el check in y solo se le entreguen las llaves.

Al momento de finalizar su estadía, el huésped recibirá una factura para que realice el pago. Todo esto es un proceso que hace más rápido la entrada de los huéspedes, evitando que se aglomeren en la recepción. Por otra parte, muchos hoteles están realizando cambios en las estructuras de los espacios físicos para que estén adaptados para cumplir con los protocolos de distanciamiento y se pueda tener una estadía segura. En el restaurante se

realizarán cambios, con una mayor distancia entre las mesas, se implementará un menú digital, autoservicio, servicio a domicilio; entre otros cambios.

También existen nuevas políticas estrictas de higiene, esto quiere decir que al manejo y la preparación de los alimentos se le dará la debida importancia, por este motivo el hotelero debe de estar muy atento a esto y cumplir con todas las medidas que indican el Ministerio de Salud. Otra nueva tendencia que existe se relaciona con la confianza que el hotelero debe de reflejar, esto debe de lograrlo implementando unas excelentes medidas en donde el huésped pueda notar que en el hotel se toman en serio la situación sanitaria con responsabilidad.

Por otra parte, tener entretenimiento personalizado para que el hotel pueda atraer a los clientes y se quieran hospedar, se necesitan de estrategias que sean llamativas y atractivas para cada huésped. Esto se puede lograr teniendo un conocimiento sobre las necesidades, comportamientos y preferencias de cada huésped.

La reestructuración operativa ayuda a que los huéspedes tengan mejores experiencias digitales y móviles con respuestas en tiempo real. Para poder realizar esto, se deben de utilizar herramientas tecnológicas que almacenen, clasifiquen y procesen datos que puedan ser más fáciles de entender para poder dar soluciones. Esto ayuda a que la toma de decisiones sea más precisa.

Protocolos de seguridad contra el COVID-19 para los hoteles en Costa Rica

En el ámbito de la higiene, el establecimiento hotelero debe garantizar el acceso de suministros de limpieza e higiene como agua potable, jabón antibacterial, alcohol en gel, toallas desechables en todas las áreas comunes y también tener un inventario para reposición. De igual forma, debe de haber una mayor cantidad de medidas en la limpieza, en las áreas públicas y se tiene que limpiar y desinfectar muy bien todas las áreas del hotel.

El hotel debe de asegurar que se utilicen los productos de limpieza y desinfección, limpiar todo aparato, instrumento o herramienta que se utilice en el hotel, para lograr esto la empresa debe de tener registros diarios sobre el cumplimiento de la limpieza y desinfección realizada. También en los espacios más visibles, deben de colocar los protocolos de estornudos y tos, lavado de manos, otras formas de saludar, no tocarse la cara y sobre toda

la información sobre este virus. Por supuesto estos protocolos deben de estar en los idiomas más utilizados por los turistas.

En las áreas comunes siempre debe de existir alcohol en gel, toallas desechables o cualquier otro implemento para la higiene y desinfección de los huéspedes. Los empleados deben de contar con el equipo especial para trabajar, ya sea con mascarilla y careta, al igual que los huéspedes que entren al hotel. Por otra parte, el establecimiento debe aceptar los pagos electrónicos; igualmente es muy importante que se controle el distanciamiento establecido entre cada persona y siempre se deben de limpiar llaves o tarjetas después de ser recibidas por el huésped.

Es recomendable evitar el contacto y la manipulación de las pertenencias de los huéspedes, visitantes, proveedores; entre otros. Esto incluye también en el estacionamiento, no se debe de realizar el servicio de valet.

Las habitaciones de los huéspedes deben de contar con las condiciones de limpieza e higiene. También se debe informar sobre las normas de limpieza e higiene utilizadas. Las personas camareras deben utilizar guantes, mascarilla, uniforme, careta y otros implementos al momento de limpiar y desinfectar la habitación, con una mayor importancia en las superficies que hayan tenido mayor contacto del huésped.

El servicio de limpieza en la estadía larga de los huéspedes no debe de ser obligatorio, debe de tomarse a consideración de cada huésped. Todos los empleados deben de tener un tiempo para lavarse las manos y también para desinfectar todos los elementos de trabajo. No se debe de compartir el equipo de trabajo o dispositivos entre el personal y siempre deben de traer puesta la ropa del trabajo limpia con la mascarilla.

El personal debe atender a los proveedores con la mayor distancia posible y el menor contacto, ya sea por medio de correos electrónicos o videollamadas y, si se requiere de estar presente, se deben seguir los lineamientos establecidos. El médico del hotel debe de informar de inmediato a los encargados de este, si algún empleado está enfermo o presenta síntomas de riesgo. Siempre se debe de desinfectar el consultorio. Si hay un caso con posibilidad de contagio, se deben de seguir las normas dadas por el Ministerio de Salud.

Se debe implementar información educativa para el personal, los proveedores y los clientes. Con los colaboradores, al momento de comer sus alimentos, deben de tener un distanciamiento social y el comedor debe de estar a un 50% de su capacidad, al igual que otras áreas comunes.

Los protocolos para los huéspedes son los siguientes: se les debe de informar sobre las condiciones de servicio y medidas de prevención al momento de confirmar la reservación, se debe de publicar los protocolos de higiene en la página web del hotel para que los huéspedes tengan la garantía de que hay un cuidado con su salud y también con los empleados que atiendan; Por último, si el huésped presenta síntomas del virus, es necesario que lo informe al personal encargado del hotel para seguir los lineamientos dictados por el Ministerio de Salud.

El mayor desafío en la actualidad es el de poder entrar y controlar la nueva normalidad en la industria hotelera brindando oportunidades para que los hoteles generen confianza y seguridad en los huéspedes y así puedan atraer al viajero, dándole la facilidad de mejores e innovadoras experiencias.

Los hoteles se deben de adaptar a la nueva normalidad que trajo consigo la pandemia y poder salir a flote en el sector hotelero, con nuevos servicios, productos o maneras de darle al huésped una estadía segura y tranquila. Para que los turistas no dejen de viajar y el turismo no se acabe o no pierda su atractivo.

Zona de Cariari de Belén, Heredia

Heredia es una de las provincias de Costa Rica y forma parte del Valle Central, cuenta con 10 cantones y 47 distritos, entre los cuales se encuentra el cantón de Belén y en donde se encuentra el distrito de Cariari. El distrito de Cariari se ubica a una distancia muy próxima a San José y Alajuela, debido a su proximidad con dos de las grandes provincias del país cuenta con muchas ventajas tanto para el que vive ahí y el turista que visite el país.

Cariari, como una pequeña ciudad suburbana, cuenta con muchas actividades para el visitante y también tiene una infraestructura desarrollada en tiendas, hoteles, campos de golf y restaurantes. Su mayor atractivo es que se encuentra a unos minutos del Aeropuerto

Internacional Juan Santamaría, por esa razón Cariari es la ciudad ideal para comenzar o finalizar un viaje en Costa Rica.

Cuenta con atractivos como un campo de golf con un hermoso paisaje, con una excelente ubicación donde los visitantes pueden disfrutar y obtener una experiencia de golf tropical en Costa Rica. Este campo de golf ha sido visitado por muchos golfistas internacionales y está rodeado de mucha flora y fauna. La zona de Cariari, por su parte, tiene un ambiente relajado, aunque se encuentre cerca de la zona de San José y se puede disfrutar de un clima cómodo, con brisas frescas de la montaña durante todo el año.

También en la zona de Cariari, se puede encontrar un club que se llama Cariari Country Club. Este lugar tiene un gimnasio, piscinas para realizar natación, canchas de tenis, un restaurante y la comodidad de practicar y aprender a jugar golf para pasar un buen tiempo en familia.

En Cariari hay un spa, en el que las personas se pueden relajar y recibir un masaje facial o de cuerpo entero. Es el spa Mio Derma Costa Rica, el cual ha sido visitado por viajeros internacionales y cuenta con una gran cantidad de tratamientos para el cabello, faciales, corporales, de pies y manos. También en la zona hay una gran cantidad de restaurantes de todo tipo, como: un restaurante mexicano, argentino, italiano, japonés y chino; también varios supermercados y salones de belleza. Y en esta zona; de igual forma, se puede disfrutar de la vida nocturna, ya que cuenta con bares y casino.

El hospedaje en Cariari es variado, ya que cuenta con diferentes tipos de lugares de alojamiento a elegir, como hoteles de cadena, Bed and Breakfast, hoteles boutique y muchos Airbnb. Desde hoteles modernos y de renombre hasta hoteles pintorescos con un gran encanto y decoración.

Hoteles boutique de la zona Cariari en Belén, Heredia

Cariari se conoce como una zona hotelera, porque está cerca del Aeropuerto Internacional Juan Santamaria, por su cercanía a muchas zonas francas y porque se encuentra rodeada de industrias y oficinas corporativas, también tiene cercanía con el Centro de Convenciones de Costa Rica.

Por lo tanto, de los hoteles boutique mencionados a continuación el primero en funcionar fue Casa Primo, que empezó su apertura en el mercado en el 2009 con la gerencia

por medio de Elizabeth Short, pasando después de 7 años a la actual propietaria Liliana Mancilla. Después llegó el hotel boutique Terrazas de Golf inaugurando en 2011 con Cecilia Esquivel como propietaria y por último en el mismo año, pero meses después fue el hotel boutique Alameda.

Hoteles Boutique	Descripción	Número y tipo de habitaciones	Precio	Certificados
Hotel boutique Casa Primo	Es una residencia tranquila, donde se puede descansar sin el menor ruido ya que se encuentra alejado de la autopista, con piscina, jacuzzi y un área verde tanto interna como externa del hotel, con una decoración. Cuenta con el servicio de desayuno, almuerzo y cena, pero no como servicio de restaurante. También se ofrece el servicio de transporte para el aeropuerto. Como está a 15 minutos del aeropuerto, es	<ul style="list-style-type: none"> - 7 habitacion es: - 3 habitacion es doble superior, con dos camas. - 4 habitacion es estándar con una cama. 	Desde \$65 dólares, hasta \$75 dólares	

	una muy buena opción para los huéspedes que lleguen al país o para los que termina su viaje.			
Hotel boutique Terrazas de Golf	Es una casa muy grande con varias habitaciones y con vistas al campo de golf de Ciudad Cariar. Tiene como beneficio que el hotel ofrece a los huéspedes el acceso al Cariari Country Club para que puedan hacer uso de las instalaciones. Cuentan con diferentes habitaciones con una decoración clásica moderna.	12 habitaciones - Habitación deluxe standard - Habitación deluxe doble - Habitación estudio - Habitación triple	Desde \$71 dólares hasta \$89 dólares.	Certificado de 4 estrellas del ICT.
Hote boutique Alameda	Es una mansión junto a la autopista 1, este elegante hotel boutique se encuentra junto a un	10 habitaciones - Habitación double deluxe. - Habitación cuádruple deluxe - Habitación junior suite.	Desde \$58 dólares hasta \$107 dólares.	

	<p>campo de golf. Tiene amplias ventanas que dan al hermoso jardín, su piscina al aire libre y al exclusivo campo de golf del Cariari Country Club, ofreciendo así a los huéspedes una sensación inesperada de tranquilidad en el área metropolitana. El mobiliario y la decoración crean un ambiente refinado y acogedor, una expresión de la atención constante al detalle para la comodidad de nuestros huéspedes. Cuenta con piscina, wifi, parqueo y aire acondicionado en todas sus habitaciones.</p>	<p>- Habitación junior suite bungalow. - Habitación cuádruple deluxe standard. - Habitación double superior. - Habitación cuádruple deluxe executive. - Habitación estudio suite.</p>		
--	---	---	--	--

Herramientas tecnológicas inteligentes con las que cuentan los hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari, Belén	
Hotel boutique Terrazas de Golf	<ul style="list-style-type: none"> - Televisores inteligentes - Paneles solares - Iluminación LED - Internet inalámbrico
Hotel boutique Casa Primo	<ul style="list-style-type: none"> - Televisores inteligentes

	<ul style="list-style-type: none"> - Iluminación LED - Bombillos inteligentes - Internet inalámbrico - Asistente Virtual (Amazon Alexa) - Receptor digital multimedia (Apple TV y Fire TV stick)
<p>El Hotel Boutique Alameda no accedió a la entrevista realizada en este trabajo, por ese motivo no se obtuvo la información necesaria sobre las herramientas tecnológicas que cuenta el hotel o si cuenta con ellas.</p>	

Análisis de Costos de un hotel boutique

Recepción y Reservas	
Computadora	\$1500
Escritorio	\$400
Silla para escritorio	\$200
Sillones (lobby)	\$300 c/u
Artículos decorativos	\$700
Datáfono	\$150
Parlante para música ambiental	\$150
Software de reservas	\$1000
Router para internet	\$50
Total:	\$4450

Habitaciones	
Cama queen	\$800
Silla	\$200
Sillones	\$300
Escritorio	\$400
Mesa de noche	\$150
Lampara de noche	\$80
Televisores	\$350
Aire acondicionado	\$350
Calentador de agua para el baño	\$200
Caja de seguridad	\$120
Plancha y tabla para planchar	\$100
Frigobar	\$250
Artículos decorativos	\$600
Ventilador de techo	\$120
Coffe maker	\$50
Total:	\$4070

Blancos y Artículos de tocador	
Cubre camas	\$250
Duvets	\$50
Juego de sábanas	\$50
Toalla de baño	\$15
Toalla de manos	\$8
Toalla facial	\$5
Tapete de baño	\$5
Total:	\$383

Área de Cocina y Tocador	
Refrigerador	\$800
Cocina (estufa)	\$700
Utensilios de cocina	\$900
Vajilla y cubiertos por persona	\$12
Electrodomésticos (licuadora, microondas, tostador, batidora y cafetera)	\$417
Mesa con 4 sillas	\$450
Manteles	\$12
Total:	\$3291

Lavandería	
Lavadora	\$900
Secadora	\$900
Plancha	\$100
Artículos de limpieza (paños, escobas, etc)	\$300
Total:	\$2200

Salarios	
Cocinero	16 225,71 colones por día
Mucama	14 593,48 colones por día
Recepcionista	343 490,86 colones mensuales Entre 30 días es 11 446,36 colones por día
Estos salarios son en base a lo que indica el ministerio de trabajo de Costa Rica	

Este es el ejemplo de los costos durante todo el mes de marzo 2021 de 20 habitaciones alquiladas en el hotel boutique Casa Primo	
Internet y teléfono	\$100
Luz	\$150

Agua	\$60
Gas	\$12
Insumos de limpieza	\$40
Kit de cortesía	\$30
Jabón	\$6,50
Shampoo	\$20
Acondicionador	\$20
Insumos de lavandería	\$16
Papel higiénico	\$12
Mucama	\$97,28
Cocinero	\$108,17
Recepcionista	\$76
Total:	\$747,95

Costo de habitación \$37	
Ingresos	
Precio de habitación	\$75
Servicios adicionales	
Desayuno por persona	\$7
Transporte para 4 personas	\$15

Herramientas tecnológicas inteligentes	Precio
Amazon Alexa 4ta generación	\$59
Fire TV stick 4ta generación	\$39,99
Televisor inteligente 4k	\$189,99
4 Bombillos inteligente	\$28
Panel solar 100W	\$339
Cerradura inteligente	\$146,90
Termostato inteligente	\$227
Ventilador de techo inteligente	\$289,99
Pantalla inteligente Google Home Hub	\$150
Sensor de movimiento	\$23,88
Total:	\$1493,75

Otros conceptos:

Factibilidad: significa tener la disponibilidad necesaria de los recursos para poder realizar los objetivos o metas establecidas.

Viabilidad: en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica. (García, 2017, párr.1)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se muestra el tipo de investigación por realizar, así como toda la metodología que permitirá su desarrollo como la población, técnicas e instrumentos de recolección de datos; es por ello que representa la guía para obtener la información necesaria para el tratamiento y los procedimientos para analizar; además de la validación y confiabilidad. Gracias a esto se puede definir el tipo de herramientas a utilizar para la obtención de la información necesaria.

Asimismo, este capítulo permite definir los pasos de la investigación, las herramientas que se utilizarán para realizar el estudio, también los métodos que se deben plantear para seguir el proceso lógico de este trabajo. En él se detallan elementos tales como el tipo de investigación, las fuentes, la población, la muestra y las variables del estudio. De este último depende mucho la consecución de los objetivos inicialmente planteados.

Según Balestrini (2006):

El marco metodológico es el conjunto de procedimientos lógicos, tecno operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados. (Balestrini, 2006, p.125).

Enfoque

Las investigaciones en general pueden tener dos enfoques, según las variables objeto de estudio, los cuales se definen como cualitativo y cuantitativo. Para la elaboración de esta investigación, se ha obtenido por la investigación cualitativa de tipo descriptivo, tal y como se detalla a continuación:

Investigación cualitativa, según Herrera (2017) y, posteriormente, según Taylor y Bogdan (1986):

- La investigación cualitativa podría entenderse como una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de

campo, grabaciones, transcripciones de audio y vídeo cassettes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos. (Herrera, 2017, párr.1).

- "(...) aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable". (Taylor y Bogdan, 1986, p.20).

Según las definiciones descritas anteriormente, se puede decir que una investigación cualitativa es una forma ordenada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes literarias ya existentes, con el objetivo principal de obtener el punto de vista de las personas también por medio de la observación.

El análisis cualitativo es una técnica que describe, por medio de la recopilación de datos, los detalles que ayudan a explicar un comportamiento. Sus métodos son formales y más flexibles que en la investigación cuantitativa, debido a que transmite los pensamientos y experiencias de las personas. En conclusión, por medio de la investigación cualitativa se puede comprender el porqué, cómo o de qué manera se da una determinada acción o comportamiento.

Los instrumentos a aplicar serán entrevistas, encuestas y la observación, para poder confirmar la factibilidad que tienen los hoteles boutique inteligentes y sostenibles en la zona de Ciudad Cariari, Belén. También se tendrá que demostrar si es rentable o no este tipo de alojamiento, analizando por medio de la observación y entrevistas realizadas en los diferentes hoteles boutique de dicha zona, para conocer si se pueden innovar este tipo de hoteles convencionales ya existentes, para desarrollar un hotel nuevo con un ambiente sostenible y con avances tecnológicos inteligentes.

Los datos cualitativos se presentan por medio de palabras, imágenes, vídeo, audio; etc. Es decir, todo aquello que se pueda describir o explicar, desde observaciones de una interacción o lugar hasta citas de personas sobre sus experiencias o gustos.

Diseño

El proyecto es de diseño investigación-acción, este tipo de diseño se concentra en resolver problemáticas de diferentes índoles, se basa en la elaboración de un plan, su

implementación y evaluación; así como generación de realimentación (observar, pensar, actuar y revisar). También codifica datos siguiendo marcos teóricos preestablecidos.

En el presente trabajo se pretende ayudar al turismo del país, mediante la implementación de hospedajes innovadores, inteligentes y sostenibles. Con la finalidad de que, no solo el turismo del país incremente y, por ende, la economía sea mayor, sino también para que el medio ambiente del país esté en mejores condiciones con un mejor cuidado gracias a la tecnología inteligente que ayuda a ahorrar mejor los recursos necesarios para lograr tener un mejor manejo en la hotelería.

Este diseño confirmará si los hoteles boutique convencionales tienen lo suficiente para que sea rentable convertirlos en hoteles boutique inteligentes y sostenibles para poder mejorar e innovar el turismo de Costa Rica, teniendo en cuenta la información ya existente sobre este tipo de alojamiento, con datos ya obtenidos sobre otros hoteles pero que se encuentran en otros países.

Fuentes de información

Se consideran fuentes de información los documentos que pueden brindar datos útiles para satisfacer la necesidad de conocimiento, acerca de un tema determinado y del cual se desea tener información. Existen dos clasificaciones, según el tipo de fuente que el investigador consulte:

Fuentes Primarias. Las fuentes primarias para la elaboración de este trabajo contemplan toda la información escrita que se recapitule de las entrevistas y cuestionarios que se les aplique a la población en estudio a lo largo de esta investigación.

Fuentes secundarias. Tienen como principio recopilar, resumir y organizar información contenida en las fuentes primarias. Fueron creadas para facilitar el proceso de consulta, agilizando el acceso a un mayor número de fuentes en un menor tiempo. (Replinger, 2017, párr.1).

También son los datos obtenidos de libros de diferentes autores, artículos de revistas que hablan sobre el tema y cuyas publicaciones son relevantes para el proyecto, páginas de internet relacionadas con los diversos temas que se señalan, algunas tesis y proyectos de investigación de alumnos ya graduados; entre otros.

Población

Según Franco (2014), citando a Tamayo (1997) menciona que la población es un conjunto de individuos limitada por el estudio y la define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (p.114).

Se observó a las personas que serán analizadas, quienes pueden tener una condición socioeconómica, gustos y preferencias que definieran mejor las características de la población. Dichas personas son turistas de clase media alta y alta, debido a que la tecnología inteligente y sostenible es de un precio elevado que no todos pueden pagar.

Principalmente, la población será de turistas europeos y estadounidenses, que tengan una buena economía y el gusto por este tipo de alojamiento innovador y que se hospeden en este tipo de hotel. También se comprende por personas jóvenes menores de 18 años y jóvenes adultos de 18 años hasta 35 años en adelante y hasta adultos de 36 años en adelante que tengan el gusto por la tecnología. Aunque también se tomarán en cuenta a turistas nacionales, desde jóvenes menores de 18 años, jóvenes adultos de 18 a 35 años y hasta adultos de 36 años a 55 años en adelante.

Muestra

La muestra es la que puede determinar la problemática, ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Franco, (2014) afirma que: “la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”. (p.38).

La muestra en este trabajo sería una por conveniencia, esto quiere decir que es empleada solo para conseguir información de expertos en algún tema en específico. En este tipo de muestra, se pretende encontrar datos de calidad de un área en común o con conocimientos afines. El objetivo es poder hallar materiales especializados sobre el problema de la investigación.

Inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión son aquellas características que los sujetos o elementos de estudio deben poseer para formar parte de la muestra, los participantes que se encuentran en

la inclusión del trabajo serían los diferentes hoteles que se ubican en la zona de Ciudad Cariari, Belén como lo son:

- Hotel Boutique Casa Primo.
- Hotel Boutique Terrazas de Golf.
- Hotel Boutique Alameda.

Los diferentes tipos de turistas serían otros participantes que se tendría para la recolección de datos y también los dueños de los diferentes hoteles mencionados anteriormente, quienes también serían parte de la inclusión para que el trabajo se pueda realizar y analizar correctamente.

La exclusión son aquellas características que impidan ser parte de los participantes de la investigación. En la exclusión no se tomarán en cuenta otra actividad económica, solo en el ámbito turístico y estudiantil.

Unidades de Análisis

Objetivo	Categoría de Análisis	Subcategoría	Definición Conceptual	Instru- mento	Íte- m
Explicar el nivel de evolución de los hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari, Belén.	Evolución de los hoteles boutique		La evolución de los hoteles boutique se ha dado conforme a los años, debido a que las grandes cadenas hoteleras siempre cumplían con su estándar de decoración, ambiente y servicio, los hoteles boutique pasaron de ser un lugar de hospedaje simple a un lugar en donde los huéspedes con mayores exigencias puedan sentirse en un ambiente hogareño donde cumplieran sus expectativas.	Entre- vista	

Analizar la rentabilidad de los hoteles boutique desde una perspectiva del servicio personalizado.	Rentabilidad de los hoteles boutique.		Los hoteles boutique han logrado tener una rentabilidad debido al servicio personalizado que los caracteriza, la creatividad con base a la decoración y al ambiente que tienen para dar experiencias memorables y por la reputación que ya han construido con los años.	Entre vista y encuesta.	
Analizar el conjunto de experiencias que tienen los huéspedes en los hoteles boutique.	Experiencias de los hoteles boutique		Las experiencias se basan en el servicio que se les da a los huéspedes en el hotel boutique. El servicio de este tipo de establecimientos es personalizado, quiere decir, que cada huésped tiene un trato especial. Gracias a que el servicio es personalizado, los huéspedes pueden sentirse como en casa, eso ocasiona que tengan experiencias memorables.	Entre vista y encuesta	
Analizar los pros y contras de la factibilidad de transformar un hotel boutique en un hotel inteligente.	Factibilidad de los hoteles boutique para convertirse en hoteles inteligentes.		Los hoteles boutique se hacen factibles para convertirse en hoteles inteligentes debido al tamaño que tienen y eso provoca que se tenga menos gasto al momento de invertir.	Encuesta y entre vista	
Recomendar una serie de estrategias para que los hoteles	Estrategias para transformar los hoteles boutique en hoteles		Las pautas para transformar a los hoteles boutique en inteligentes, es que tengan la estructura adecuada para implementar recursos y los procedimientos necesarios para	Observación y entre vista.	

boutique se transformen en hoteles inteligentes.	inteligentes.		lograr instalar la tecnología inteligente en el hotel, aparte de tener los ingresos necesarios.		
--	---------------	--	---	--	--

Instrumentos

En una investigación los instrumentos van relacionados con el análisis de los mismos, cada investigación requiere de diferentes instrumentos que para poder recolectar datos.

Las técnicas de recolección de datos se definen como el procedimiento que obtienen datos e información. Por otro lado, el instrumento se puede definir como un dispositivo, recurso o formato que sirve para almacenar o registrar la información que se obtenga por medio del instrumento.

El poder escoger los instrumentos depende mucho del problema, si la investigación es de un enfoque cualitativo que no se puede medir y, por lo tanto, se requiere de información que conozca más a fondo a un grupo reducido de personas o investigar por qué presentan un comportamiento o opinión, entonces lo más adecuado será utilizar una entrevista no estructurada o hacer una historia de vida.

En este trabajo se utilizarán como instrumentos las entrevistas abiertas y no estructuradas, dichas entrevistas abiertas son las que permiten que el ambiente sea relajado como en una conversación, así el entrevistador podrá tener más confianza y estará más abierto a compartir información. Las entrevistas no estructuradas son flexibles, no cumplen un régimen, el contenido y el orden está en manos del entrevistador y se pueden adaptar dependiendo del problema o la situación.

Las encuestas son otro tipo de instrumento que servirá para obtener información para la investigación y sirve para recolectar información cualitativa o cuantitativa, pero en este trabajo se querrá obtener información cualitativa y se debe elaborar una serie de preguntas que dependerán de los objetivos de este trabajo de investigación. Sirve como una herramienta para saber las características de un grupo de personas.

Otro instrumento que se utilizará será la observación, el cual es un elemento fundamental para las investigaciones y algo que el ser humano hace en el día a día. Se utiliza para la recolección de datos específicamente del comportamiento o conducta de una persona o un grupo de personas, de hechos o fenómenos. Se puede hacer por medio de visitas al lugar.

Procedimiento de recolección y análisis de datos

Al tener el diseño de la investigación, junto con la muestra adecuada basada en el problema de estudio, lo que sigue es el procedimiento de recolección de datos, el cual debe ser detallado, ya que ayudará a conseguir datos con un propósito en específico.

El procedimiento de recolección de datos es la parte operativa de trabajo de campo donde se obtendrá la información relacionada con toda la documentación, datos que se aproximen a la realidad del fenómeno en estudio. Dicha información debe ser específica, completa, correcta, pertinente y congruente.

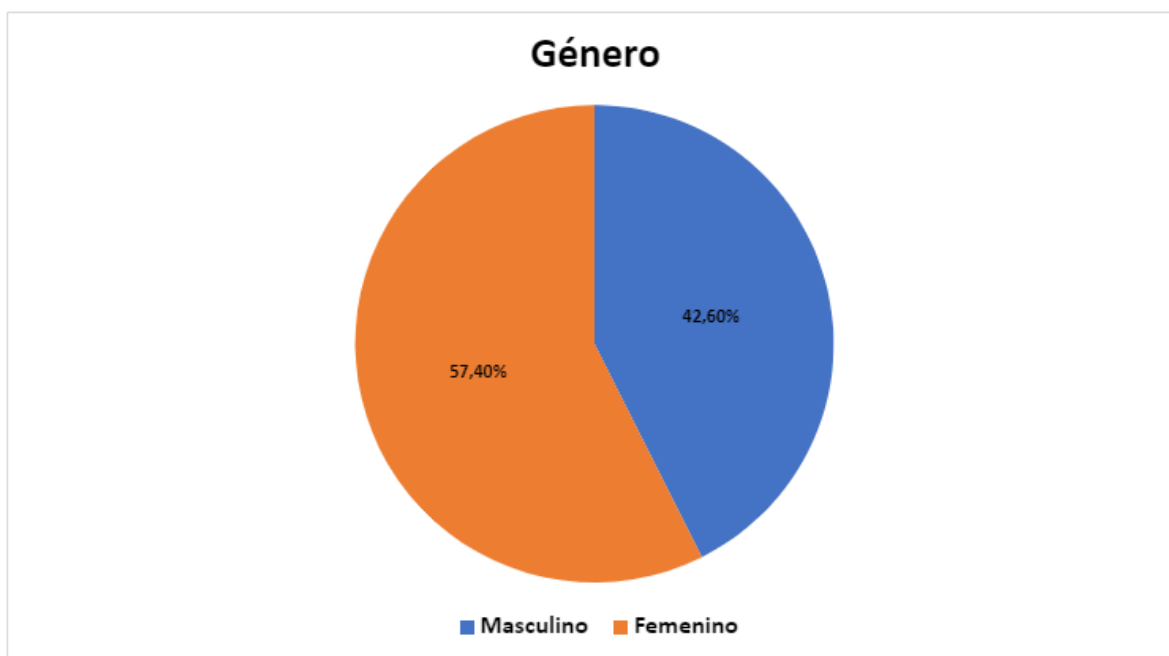
Cuando se han recopilado y registrado todos los datos obtenidos, estos deben de ser sometidos a un proceso de análisis objetivo que permita ver la situación actual y posibles opciones de mejora ante dichas situaciones. El análisis de datos es un proceso en donde se obtendrán conclusiones de datos no estructurados, debido al enfoque cualitativo de esta investigación. Es una etapa muy importante, ya que se obtienen las recomendaciones que se puedan dar producto de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se realizó una encuesta para poder analizar qué tanto conocimiento tiene las personas sobre los hoteles boutique, los hoteles inteligentes y sostenibles. Se explicarán los resultados obtenidos a continuación. Esta encuesta es con fines educativos.

La encuesta fue realizada a 73 personas, tanto a hombres como mujeres, de diferentes edades y de diferentes nacionalidades, una encuesta fue aplicada a turistas nacionales y la otra encuesta fue para turistas internacionales.

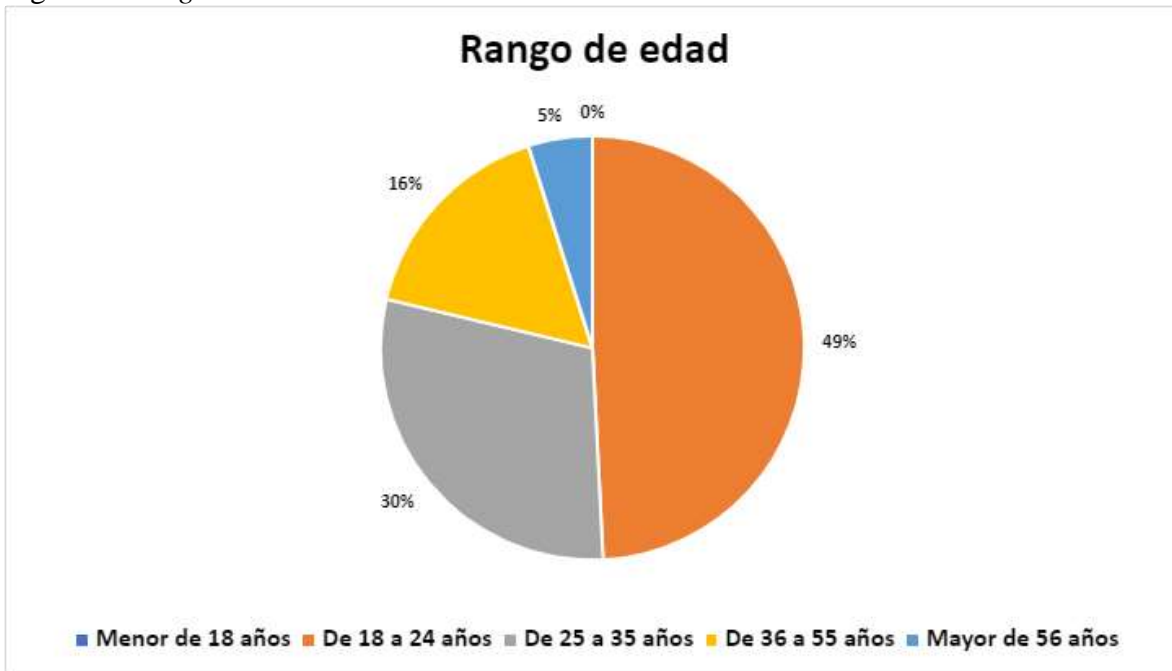
Figura 4. *Género de los encuestados*



Fuente: Díaz, 2021.

La figura anterior muestra la primera encuesta que se realizó a los turistas nacionales, se preguntó sobre el género de los encuestados y, como se muestra en el gráfico de la figura 4, el género es el femenino con 57,4% (35 personas) y el género masculino con un 42,6% (26 personas).

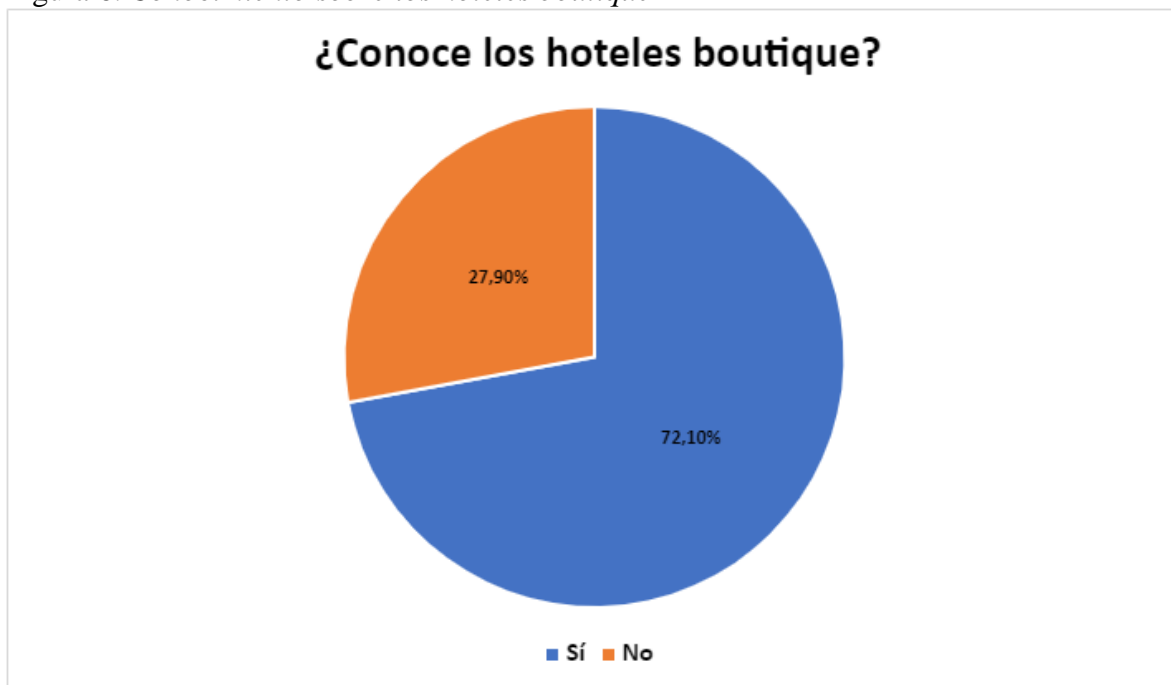
Figura 5. *Rango de edad*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 5, se muestra el rango de edad que tenían los encuestados, lo cual es necesario para poder determinar el perfil. En este caso, se determinó un mercado meta basándose en el rango de edad, ya que es importante saber hasta qué edad las personas tienen conocimiento sobre los hoteles boutique inteligentes y sostenibles. Se puede observar que se encuentran edades de 18 a 24 años con el mayor porcentaje de 49% (30 personas), de 25 a 35 años con 30% (18 personas), de 36 a 55 años con un 16% (10 personas), de 55 años en adelante con un 5% (3 personas) y, por último, con un 0% los menores de 18 años.

Figura 6. *Conocimiento sobre los hoteles boutique*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 6, que casi el total de los encuestados contestaron que sí tienen conocimiento de los hoteles boutique, representando el 72,1% (44 personas), mientras que los demás dicen que no conocen los hoteles boutique, que es un 27,9% (17 personas). Esta pregunta daría un dato importante, que los hoteles boutique sí son conocidos por muchas personas.

Figura 7. *Visitas en los hoteles boutique por los encuestados*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 7, se puede observar que la gran mayoría de los encuestados han visitado los hoteles boutique, aunque tampoco hay mucha diferencia con los encuestados que respondieron que no han visitado los hoteles boutique. Los encuestados que respondieron positivamente fueron un 57,4% (35 personas) y los que respondieron negativamente fueron un 42,6% (26 personas).

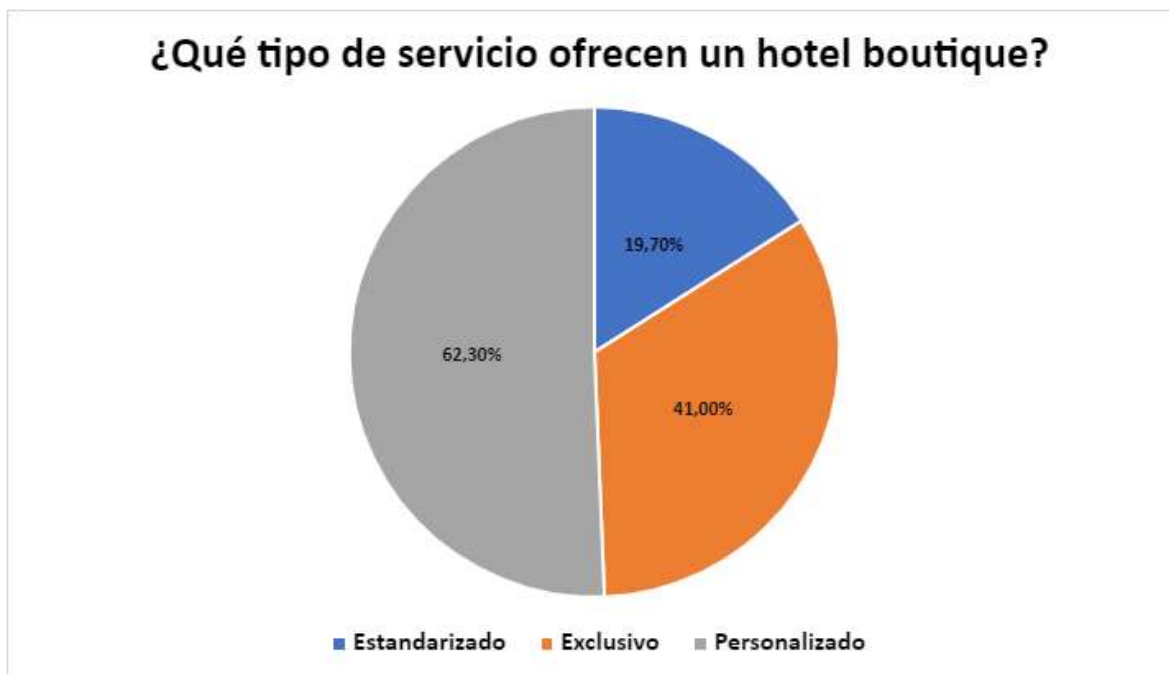
Figura 8. *Visitas de los hoteles boutique*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 8 una respuesta negativa de un 52,5% (32 personas) y una afirmativa con un 47,5% (29 personas).

Figura 9. *Servicios que ofrecen los hoteles boutique*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 9, se puede observar que más de la mitad de los encuestados respondieron correctamente, que el tipo de servicio que se ofrece en un hotel boutique es el personalizado. Se puede analizar que el 62,3% (38 personas) de los encuestados sí tienen conocimiento de que en los hoteles boutique el servicio es personalizado, el 41% (25 personas) de los encuestados respondieron que el servicio es exclusivo y el 19,7% (12 personas) respondieron que el servicio es estandarizado. Es una pregunta con opción múltiple.

Figura 10. *Conoce que es un hotel inteligente*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 10 se puede observar que los encuestados con el mayor porcentaje, de 57,4% (35 personas) contestaron que sí saben lo que es un hotel inteligente y el otro porcentaje de 42,6% (26 personas) contestaron que no saben lo que es un hotel inteligente.

Figura 11. *Punto de vista de los encuestados sobre qué es lo que hace que un hotel sea inteligente*

Desde su punto de vista, ¿Qué hace que un hotel sea inteligente?	
Respuesta de los encuestados	
Automatiza procesos y es más y amigable en tema energético.	Su tecnología de punta y altos estándares.

Que los encargados anden adelante de los huéspedes.	La factibilidad en cuanto al hecho de uno mismo poder hacer sus cosas o utilizar un concepto como la domótica en un ámbito como los bienes y servicios.
Que los huéspedes tengan un hospedaje mejor y con muchas comodidades, por ejemplo, el tener wifi.	El uso de aparatos inteligentes que ayuden a la administración y funcionamiento del hotel, ya sea un asistente de voz, programación de apagado y encendido en las luces, programación inteligente para tener el óptimo uso de la energía.
Brinda todo tipo de servicios.	Ubicación, aguas de tratamiento, luz y sus numerosas fuentes de aprovechamiento, comida y preparación saludable y lo más fresca posible, personal que atienda a los huéspedes empezando por llamarlos por sus nombres, etc.
Que disponga de tecnología innovadora como tablets o aparatos automáticos con los cuales puedas interactuar más con ciertos elementos.	Es un servicio especial donde se siente atendido el huésped.
Que utilice de las tecnologías para el uso de los diferentes servicios que ofrecen los hoteles.	Los aparatos electrónicos y dispositivos del hotel, mediante una red, pueden ser utilizados desde un único dispositivo como punto de control puede ser una tablet o un Smartphone.
Tecnología, sensores, equipo inteligente, accesibilidad, innovación y tendencia.	Hacer la hospitalidad del huésped más agradable con la facilidad de algún tipo de tecnología proporcionado por el mismo hotel.
Aplicar tecnologías que faciliten el uso de las instalaciones al huésped y que hagan el lugar amigable con la ecología.	Se adapta a las nuevas tecnologías.
Que cumpla con las necesidades diarias y actuales que requiera el huésped.	El uso de las tecnologías.
Se hace el check in y el check out en una estación a la entrada del hotel normalmente en el lobby; además de que la habitación tiene sensores de movimiento para la luz y el A/C luego de un tiempo sin movimiento estos se apagan.	Tecnología.
Los recursos tecnológicos que utilice.	Uso tecnología en su funcionamiento.
Que tanto a la hora de la reserva como a cualquier requerimiento se pueda acceder mediante aplicaciones o servicios por internet; además, contar con wifi. También, tal vez, que funcionen tipo smart home, donde todo se controle, ya sea con apps del celular o que haya algún dispositivo como una tablet para esto, o claro, con dispositivos como Alexa o Google home que controlan todo por voz.	

Fuente: Díaz, 2021.

Figura 12. *Hotel inteligente puede ser un hotel sostenible*



Fuente: Díaz, 2021.

Si la respuesta fue sí, mencione cuáles características hacen a un hotel sostenible	
Respuestas de los encuestados	
Baja huella de carbono, uso de energía “verde”, reciclaje.	Siempre limpio, ordenado y con buen servicio al cliente.
Comodidad al cliente, servicios básicos, ahorro energético.	Que vaya de la mano con el medio ambiente para no impactarlo.
Agua, luz, comida orgánica etc., todo de la mano de tecnología sostenible ahorro y pureza.	Dispositivos que ayuden a la reducción de energía, ahorro de agua, clasificación de basura, ofrecer productos biodegradables.
La infraestructura, personal, limpieza, sus servicios, comodidades, etc.	Con solo tener paneles solares y calentadores de agua solar, ya los haría sostenibles.
El ahorro de energía con los sensores de movimiento evita el gasto innecesario de electricidad, de igual manera con el agua. Algunos tienen paneles solares.	El agua se pueda reutilizar o captar y el uso de paneles solares como calentadores, por ejemplo.
No es solo un compromiso con el medio ambiente, la palabra sostenibilidad ahora incluye al desarrollo y ayuda de la comunidad donde se encuentra dicho hotel. Es decir, las características pueden ser desde promover el turismo para que se generen divisas en la zona y así retribuir algo a la comunidad o también puede ser la realización de un plan de manejo de desperdicios para reducir la huella ambiental que deja el turista.	Se puede captar agua de lluvia para el riego de las áreas verdes y la utilización de saneamiento de las aguas residuales mediante la tecnología. Usar paneles solares, o turbinas eólicas disminuye los recibos al hotel. Y le da puntos para una acreditación ecológica. El correcto reciclaje de los desechos del área de cocina una vez vio un hotel con su propia producción de biogás.
Buena organización, buen servicio, aseo,	Los recursos materiales que se utilizan y la

entretenimiento...	cultura organizacional.
La característica principal de un hotel sostenible es que sea rentable y genere ganancias y no pérdidas. También nos podemos referir al ámbito ecológico y eso sería que disminuya lo máximo posible el uso de los recursos y haga un uso óptimo de estos.	Se puede ahorrar en personal; además de hacerlo sustentable reutilizando recursos.
Relacionándolo a un hotel inteligente, lo primordial sería evitar el gasto de papel al máximo posible, pues para todo se podría acceder mediante aparatos electrónicos, en cuanto a un sistema inteligente con las luces, por ejemplo, que haya una forma de reconocer cuando no se encuentra el huésped y apague las luces al no estar en uso. Pienso también el uso de tal vez paneles solares	Hoy en día existen tecnologías que ayudan a optimizar procesos a menor costo siendo más sostenibles económicamente y con el medio ambiente; de igual forma, el ahorro de energía, así como el ahorro del recurso hídrico genera un menor impacto al medio ambiente y a su vez disminuye los cobros de servicios como agua y electricidad
Hace lo posible para no afectar tanto al medio ambiente.	Ahorrativo, no contamina el ambiente.
Reducción de costos por menor cantidad de empleados y de energía. Atracción de clientes por lo novedoso y una mayor ocupación.	El ahorro de energía y el uso mínimo de recursos que no ayuden al planeta.

Fuente: Díaz, 2021.

Como se puede observar en la figura 12, la gran mayoría de los encuestados respondieron que un hotel inteligente sí puede convertirse en un hotel sostenible, el porcentaje mayor fue positivo de 80,6% (29 personas) y la otra parte de los encuestados respondieron que negativamente con el 29,4% (7 personas).

Figura 13. *Que tan avanzados en tecnología están los hoteles en general de Costa Rica*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 13, se puede observar que hay una gran diferencia entre las opciones dadas. La gran parte de los encuestados respondieron que los hoteles, en general, en Costa Rica están regularmente avanzados en tecnología con un 75,4%, (46 personas) que opina esto y con un 24,6% (15 personas) que opinan que los hoteles de Costa Rica están poco avanzados en tecnología y un 0% respondió mucho. Entonces ningún encuestado respondió que los hoteles en Costa Rica están muy avanzados en tecnología. Es una pregunta con opción múltiple.

Figura 14. *Herramientas de tecnología inteligente para los hoteles*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 14, se puede observar que la mayoría de los encuestados, con un 80,3% (49 personas) respondieron que sí han visto o escuchado de hoteles que utilicen herramientas de tecnología inteligente como tablets, llaveros electrónicos, paneles solares; entre otros. Y el 19,7% (12 personas) respondieron que no han visto o escuchado de hoteles que utilicen tecnología inteligente.

Figura 15. *Un hotel boutique puede desarrollarse como un hotel inteligente*



Fuente: Díaz, 2021.

¿Por qué?	
Respuestas de los encuestados	
Porque utilizar automatización, paneles solares y demás recursos hacen la estadía más placentera además de un beneficio económico para el hotel.	Porque tienden a tener tendencias nuevas que ofrezcan alternativas novedosas a sus clientes.
La inversión puede que no sea tan alta.	Siempre se puede ser mejor.
Tienen la posibilidad de contar con más tecnología por ser hoteles con pocas habitaciones.	Porque los hoteles se han acomodado a la necesidad de los huéspedes y cuentan con infraestructura moderna, lo que hace que tengan facilidad para adaptarse.
Depende del capital con el que cuente el hotel...	Al ser más pequeño, los gastos operativos no serían tan altos dependiendo de lo que se vaya hacer.
Porque el concepto de un hotel boutique es como más para la comodidad de la persona, con ambiente íntimos y poco usual.	Actualmente hay muchas opciones del uso de la tecnología, con el debido cuidado y buena aplicación se podría llegar a utilizar de forma correcta en un hotel boutique.
Con la debida organización e inversión se podría desarrollar de esta manera para así ofrecer un mejor servicio a los clientes y atraer más usuarios.	Porque al ser un Hotel Boutique dispone con todas las posibilidades de desarrollarse como un hotel con alta tecnología.
Es una nueva forma de innovación y mejor calidad en el servicio.	Para que el cliente esté más cómodo, satisfecho y para bajar costos de operación y beneficiar al cliente con los precios.
Porque aún es muy cara la tecnología para el	Sí se podría por ser innovador, pero perdería el

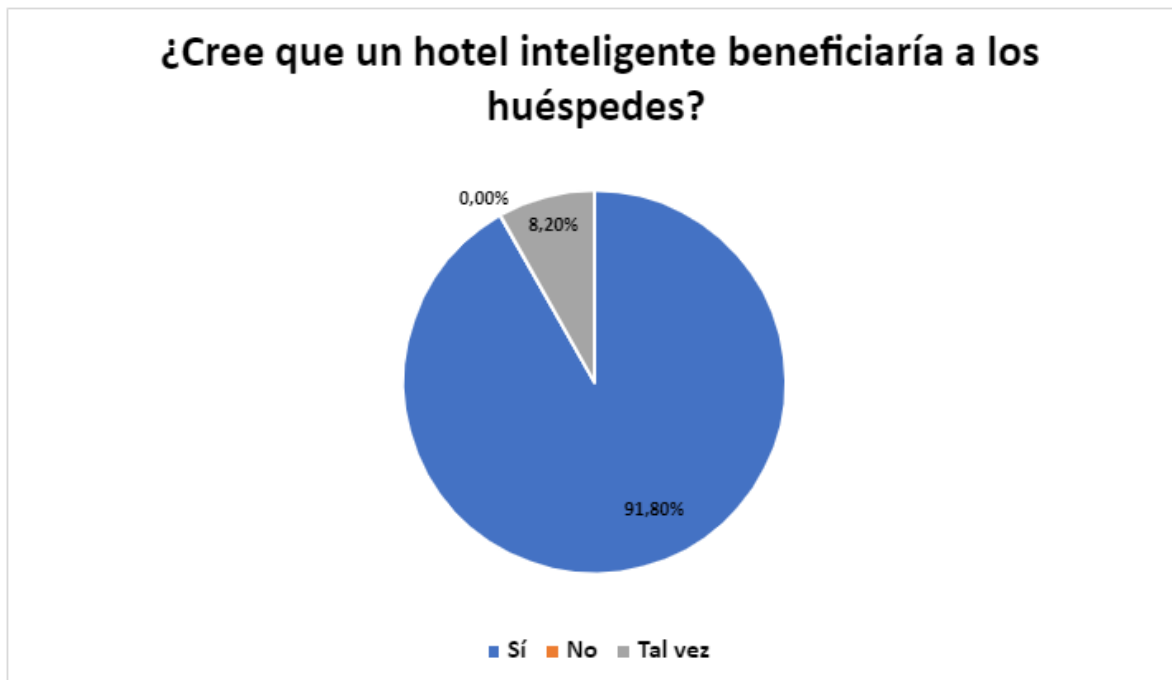
consumo minorista, hablando de paneles solares por poner un ejemplo, por lo que se necesita de un gran capital para la inversión inicial y el retorno es a muchos años. Solo los hoteles muy grandes con mucho capital de sobra son los que pueden darse este tipo de oportunidades sin afectar su economía.	encanto de ser de tipo antiguo.
Invertir en tecnología.	Son pequeños y fáciles de automatizar.
Sí, porque sería más fácil para las personas adultas.	Se cuenta con el recurso.
Tienen que renovarse.	Si tiene el dinero para invertir en tecnología...do it.
A veces destacan por no ser innovadores, ya que solo quieres gozar de cierta experiencia o visualmente disfrutar la arquitectura del mismo.	Eso mejoraría la estadia y la haría aún más personalizada.
Sí, bajo estándares de calidad y servicio, el uso adecuado del recurso humano y de los recursos tecnológicos, existe una gran oportunidad de optimizar y ofrecer un servicio exclusivo que define a los hoteles boutique.	Se pueden utilizar diferentes herramientas para atraer huéspedes, aunque sea un hotel pequeño.
El huésped se siente con una atención especial.	Muchas de las limitantes es el aspecto económico en un hotel de este tipo, pero si la parte económica no es un impedimento puede realizarlo perfectamente y generando un plus a sus servicios.
Puede desarrollar equipos y herramientas que lo conviertan en hoteles inteligentes.	Porque tiene la infraestructura para implementar el uso de la tecnología, como cualquier otro tipo de hotel.
Cuál tipo de hotel podría desarrollarse con herramientas tecnológicas inteligentes.	No estoy muy seguro de su forma de trabajar para mezclarlo con otra modalidad de hoteles...
Es solo un resultado, si se piensa en todas las opciones que ofrece el mercado, adecuarlas a un hotel requiere planeación y personas emprendedoras.	¿Por qué no?
Por el tipo de servicio que ofrecen.	Todo se puede adaptar para hacerlo más funcional y práctico.
Pues para sobresalir en la competitividad en la zona que se encuentre, se debería de invertir un poco más en estas tecnologías. De que se puede se puede, pero depende del riesgo y cuanto se desea invertir para que el hotel boutique compita.	Porque al ser pequeño se puede hacer la inversión.
Depende mucho del presupuesto.	Depende de cómo se plantee.
Al ser uno pequeño puede ser más personalizado al ofrecer mejor tecnología.	Que sea un establecimiento pequeño o exclusivo no quiere decir que no tenga las herramientas para acoplar tecnología en sus servicios. Creo que solo hace falta de la voluntad, visión y recursos de los dueños para convertir un hotel boutique en un establecimiento de hospedaje moderno e inteligente.

Por la facilidad y la tecnología que hay hoy en día.	Todos los hoteles son capaces.
Si se tiene el objetivo y la meta clara, puede ser un éxito.	Existen en el mercado muchas herramientas para hacer los hoteles inteligentes no importa el tamaño.
Es pequeño y aportaría un valor agregado a su concepto.	No es difícil de implementar.
La tecnología no es impedimento para poner en práctica en un hotel boutique. Quizá el factor económico, si es un factor para considerar.	Pues si la idea es mantener una "arquitectura antigua" este tipo de cosas no tienen por qué afectar la identidad de un hotel boutique.

Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 15 se puede observar que la mayoría de los encuestados, que es un 75,4% (46 personas), respondieron que un hotel boutique sí puede desarrollarse como un hotel inteligente, el 21,3% (13 personas) respondió que tal vez y solo un 3,3% (2 personas) respondió que un hotel boutique no puede desarrollarse como un hotel inteligente. Y también se puede observar el porqué de cada una de sus respuestas.

Figura 16. *Un hotel inteligente beneficiaría a los huéspedes*



Fuente: Díaz, 2021.

¿Por qué?	
Respuestas de los encuestados	
Porque hace la estadía mejor y con más beneficios.	Mayor comodidad, más en época de pandemia que limita el contacto con personal de servicio.
Por la facilidad.	Porque se evitarían hacer cosas manuales, sería todo más sistematizado como check in, check out etc.
Más fácil manejarse,	Haría más fácil y divertida la estadía.
Porque muchas veces lo que una persona llega a un hotel es a ser atendida, en palabras un poco diferentes, sería como que hagan las cosas que uno tiene que, por mí, porque en Costa Rica somos bastante vagos.	Su estadía sería más confortable, más cómoda.
Por el hecho de que posee muchas comodidades, por el ejemplo el acceso a internet.	La tecnología cada día logra que las personas vivan de una forma más sencilla, aplicando eso en un hotel las estadías serían muy cómodas y beneficiosas para los ocupantes
Ya que la tecnología, hoy en día, nos ayuda a simplificar todo lo que un humano duraría mucho más haciendo y con un margen de fallo menor.	Claro, con pandemia el contacto con la cliente sería mínimo.
Más facilidad.	Huéspedes disfrutarán de más beneficios tecnológicos y económicos.
Hacerlo inteligente no es perder el servicio humano, si no hacerlo más rápido, ahorrar en recursos y hacer un óptimo uso de estos.	Facilitaría distintos procesos y lo haría más rápido.
Mejor servicio.	Más facilidades y comodidades en la palma de la mano.
Sí, por las atenciones a los clientes.	Facilidades.
Más fácil.	Entre menos problemas el huésped encuentre en su estadía mejor para todos.
Cada día estamos más en contacto con este tipo de tecnologías y, por ende, te gustaría que estuviera en más lugares.	Le brindaría una experiencia totalmente nueva e innovadora.
Actualmente estamos en una era en la que el uso de recursos tecnológicos es más accesible y mejor aún si pueden ser sostenibles; además que eso a largo plazo puede significar una reducción en los gastos operativos del hotel.	Mayor accesibilidad, mayor confort, etc.
Por sentirse relax.	Trae más comida y más confort.
Brinda mayores beneficios.	Por la situación que estamos viviendo con la pandemia, los huéspedes no tendrían que estar interactuando con los empleados del hotel, porque así se tendrían una distancia y no habría contagios.
La tecnología les facilitaría a los huéspedes la realización de muchas cosas.	Le podría dar ciertos servicios exclusivos privilegios que no se dan en otros lugares.
Les hace la vida más sencilla.	Es más fácil.
Accesibilidad.	Porque da mayores y variadas comodidades.

Pues haría una estancia más agradable y, hoy en día, se debería comenzar a modernizar los hoteles, para que los huéspedes tengan un alojamiento más exclusivo.	En tiempos de pandemia, por ejemplo, al haber menos interacción humana hay menos riesgo de contagios. Además, que daría más comodidad a las personas.
Agilizaría mucho los trámites y las acciones del huésped haciendo la experiencia más “relajante”.	Les facilita las cosas a los clientes.
Marcaría una gran diferencia con otros hoteles.	Por supuesto, con las comodidades y beneficios que esto aportaría la clientela se vería interesada en visitar el establecimiento haciendo que la experiencia de hospedaje sea más placentera y llamativa.
Por la facilidad y versatilidad que adquiere.	Facilidad de manejo por parte de los clientes.
Simplificaría la estadía, el descanso y el disfrute.	Les brinda comodidad e independencia, ya que pueden solicitar los servicios de forma fácil desde una tablet o aplicación de celular.
La tecnología viene a suprimir procesos.	Mayor calidad de servicio.
Por la facilidad y rapidez en el acceso a servicios. Por la comodidad para el huésped.	Pues todos los procesos pueden ser más rápidos mejorando la eficiencia de los procesos llevados a cabo en el hotel.

Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 16 que hay mucha diferencia en las respuestas de los encuestados, la mayor parte de los encuestados respondieron que un hotel inteligente sí beneficiaría a los huéspedes con un 91,8% (56 personas) y el 8,2% (5 personas) dijo que talvez los huéspedes saldrían beneficiados en un hotel inteligente y un 0% respondió que no.

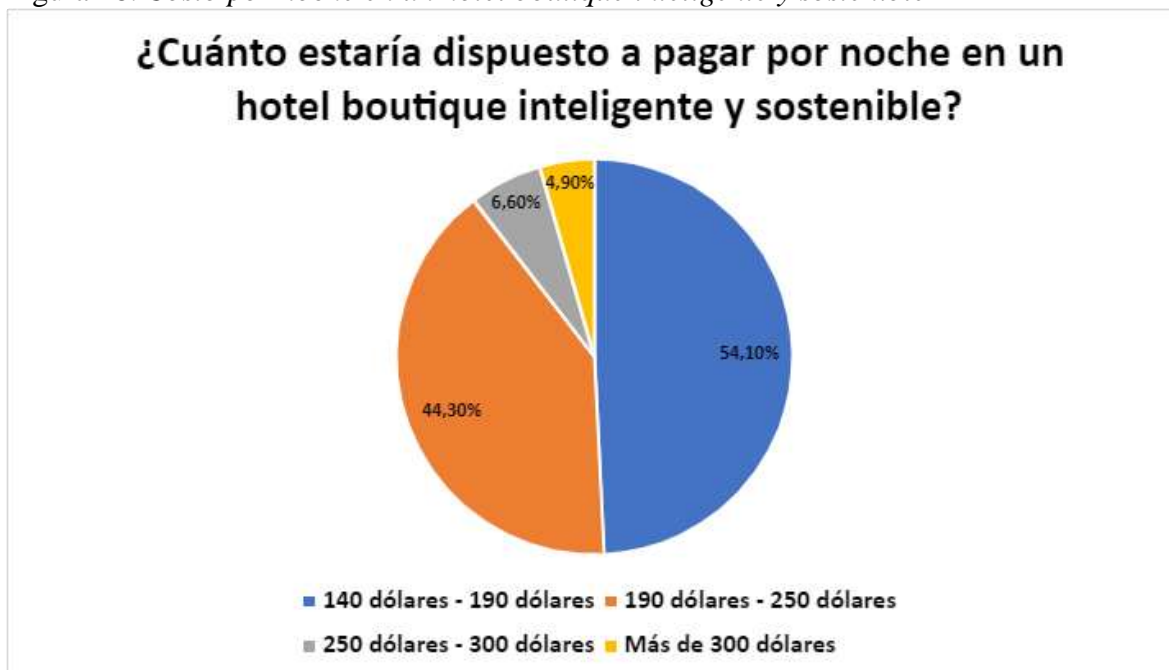
Figura 17. *Hospedaje en un hotel inteligente*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 17 que la parte más grande de los encuestados respondió que sí se hospedarían en un hotel inteligente con un 98,4% (60 personas) y, la otra parte, que es un 1,6% (1 persona) dijo que no se hospedaría en un hotel inteligente. Se puede ver una gran diferencia en las respuestas de los encuestados y que la gran mayoría sí se hospedarían en un hotel inteligente.

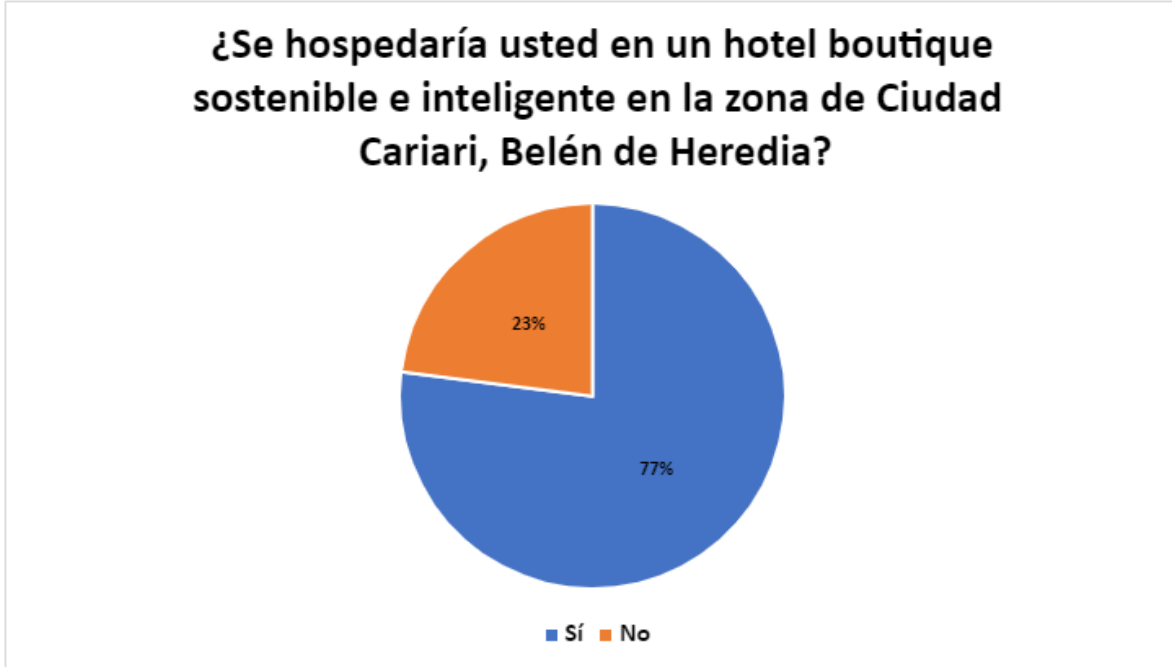
Figura 18. *Costo por noche en un hotel boutique inteligente y sostenible*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 18, se puede observar que un poco más de la mitad de los encuestados con un 54,1% (33 personas) respondieron que pagarían entre 140 dólares a 190 dólares, un 44,3% (27 personas) respondieron que estarían dispuestos a pagar entre 190 dólares a 250 dólares, un 6,6% (4 personas) estarán dispuestos a pagar entre 250 dólares a 300 dólares y un 4,9% (3 personas) estarían dispuestos a pagar más de 300 dólares. Es pregunta con opción múltiple.

Figura 19. *Hospedaje en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia*

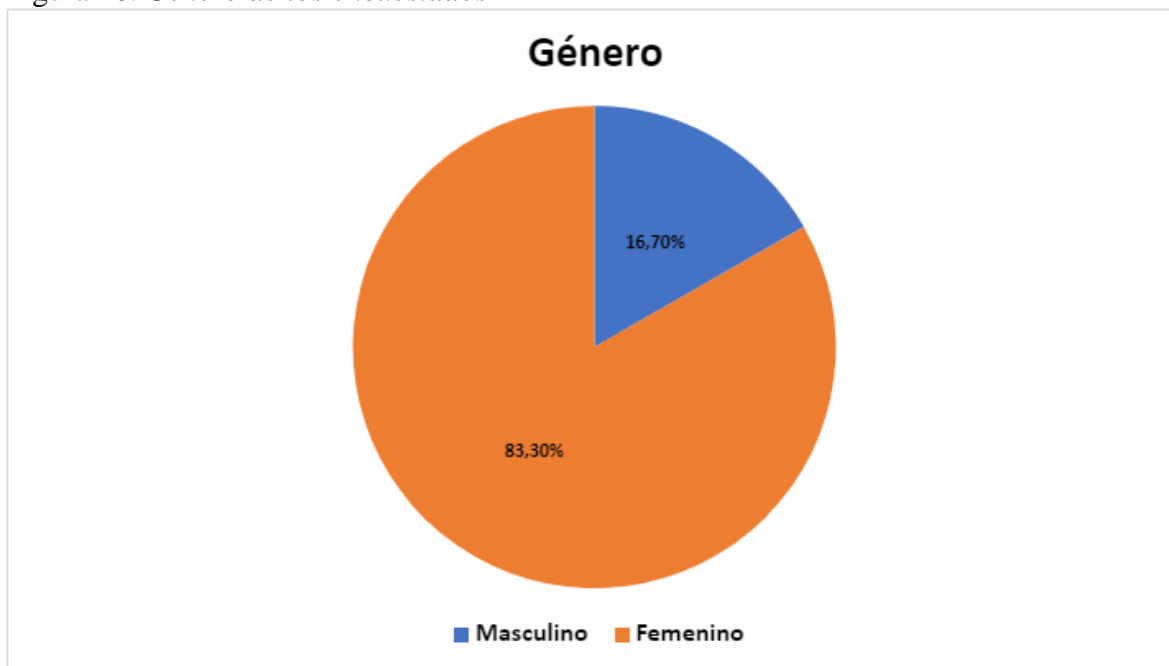


Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 19 que la gran mayoría de los encuestados, con un 77% (47 personas), respondió que sí se hospedarían en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia y un 23% (14 personas) de los encuestados respondieron que no se hospedarían en un hotel boutique sostenible e inteligente.

Esta encuesta que se mostrará a continuación fue realizada para turistas extranjeros, de otros países como Estados Unidos, Canadá, México, Suiza, Francia, Australia; entre otros países de Europa. Esta encuesta se les envió a diferentes turistas que se consiguieron por medio de una base de datos.

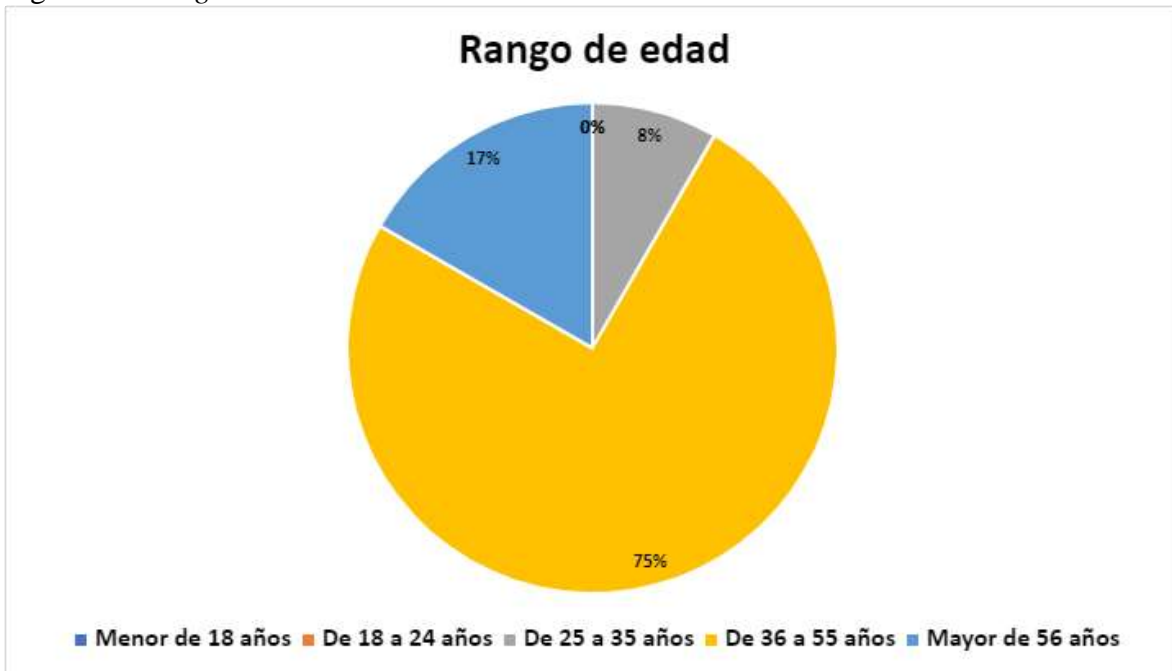
Figura 20. *Género de los encuestados*



Fuente: Díaz, 2021.

Inicialmente, se preguntó sobre el género de los encuestados y como se muestra en el gráfico de la figura 20, el género que más abunda es el femenino con un porcentaje de 83,3% (10 personas) y el género masculino con un 16,7% (2 personas).

Figura 21. *Rango de edad*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 21, se muestra el rango de edad que tenían los encuestados, se necesita saber la edad de los encuestados para poder determinar el perfil. En este caso, se determinó un mercado meta basándose en el rango de edad, ya que es importante saber hasta qué edad las personas tienen conocimiento sobre los hoteles boutique inteligentes y sostenibles. Se puede observar que se encuentran edades de 36 a 55 años con el mayor porcentaje de 75% (9 personas), de 56 años en adelante con un 17% (2 personas), de 25 a 35 años con 8% (1 persona), por último, con un 0% los menores de 18 años y los de 18 a 24 años.

Figura 22. *Conocimiento sobre los hoteles boutique*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar, en la figura 22, que el total de los encuestados contestaron que sí tienen conocimiento de los hoteles boutique, representando el 100% que son 12 personas en total. Esta pregunta da un dato importante que los hoteles boutique sí son conocidos por muchas personas, en este caso por todos los turistas extranjeros encuestados.

Figura 23. *Visitas en los hoteles boutique por los encuestados*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 23 se puede observar que todos los encuestados han visitado los hoteles boutique, con un total de 100%, que son 12 personas en total. Esta pregunta responde afirmativamente que los turistas extranjeros sí visitan a los hoteles boutique.

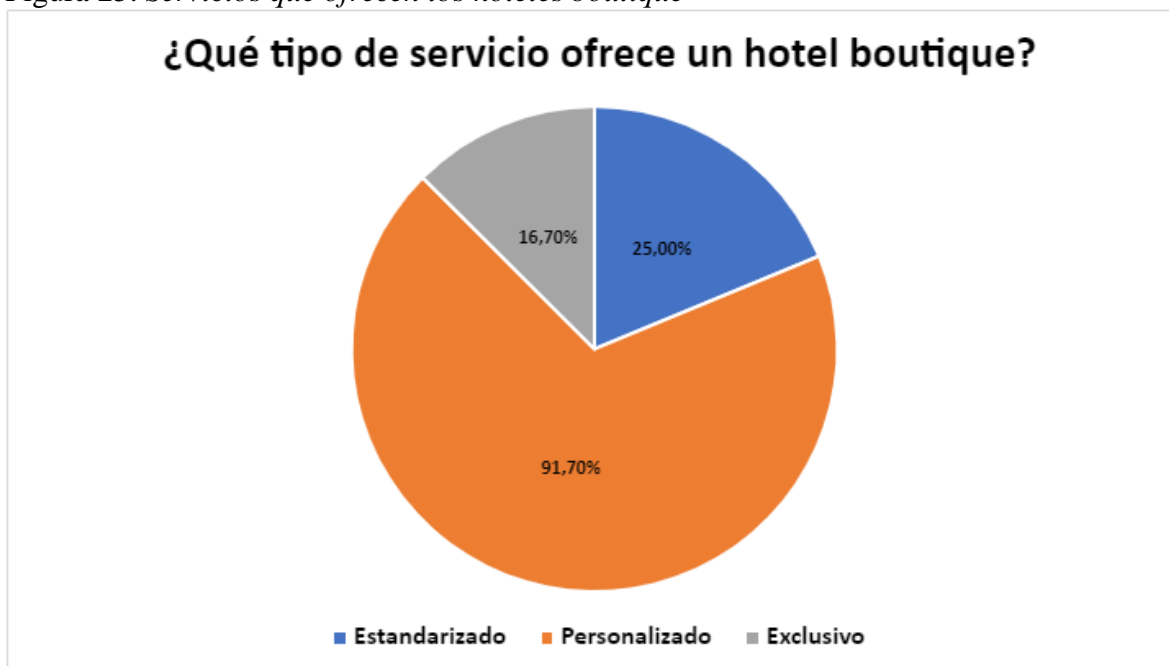
Figura 24. *Visitas de los hoteles boutique*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 24 que la mayoría de los encuestados son un 83,3% (10 personas) y sus respuestas fueron positivas; es decir, que sí creen que los hoteles boutique son muy visitados. Y con un 16,7% (2 personas) creen que los hoteles boutique no son muy visitados.

Figura 25. *Servicios que ofrecen los hoteles boutique*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 25, se puede observar que la gran mayoría de los encuestados respondieron que el tipo de servicio que ofrecen en un hotel boutique es el personalizado, con un 91,7% (11 personas), el 25% (3 personas) de los encuestados respondieron que el servicio es estandarizado y el 16,7% (2 personas) respondieron que el servicio es exclusivo. Se concluye que los encuestados sí tienen conocimiento sobre el servicio que los hoteles boutique ofrecen porque la mayoría respondió que el servicio es personalizado. Es una pregunta con opción múltiple.

Figura 26. *Conoce qué es un hotel inteligente*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 26 se puede saber que los encuestados con el mayor porcentaje, 58,3% (7 personas), contestaron que sí saben lo que es un hotel inteligente y el otro porcentaje que es de 41,7% (5 personas), contestaron que no saben lo que es un hotel inteligente. Se puede analizar que no es mucha la diferencia entre cada respuesta, pero sí hay personas que tienen conocimiento sobre lo que es un hotel inteligente.

Figura 27. *Punto de vista de los encuestados sobre qué es lo que hace que un hotel sea inteligente*

Desde su punto de vista, ¿Qué hace que un hotel sea inteligente?	
Respuesta de los encuestados	
Cualquier dispositivo que tenga puede recibir o enviar datos.	Tecnología avanzada y uso de internet para crear una experiencia personalizada, conveniente o lujosa.
Sin toques personales. Todo automatizado. Supongo que se puede hacer, me he alojado en muchos Airbnb y eso a veces puede ser beneficioso, pero a veces quieres que te sirvan. La falta de servicio también debe reflejarse en el	Wifi constante, dispositivos (televisión, altavoces inteligentes, luces, etc.) conectados y operados a través de aplicaciones en una tableta

precio. Creo que hay formas tremendas de aumentar el valor si se opta por opciones de autoservicio que pueden considerarse un servicio personalizado. (Estuve en la industria hotelera durante años y ahora estoy en marketing) Me gusta el servicio, me gusta el buen precio, que sea limpio y elegante. Puede ser sostenible si se hace bien.	
Internet de las cosas.	Servicios sencillos.

Fuente: Díaz, 2021.

Figura 28. *Hotel inteligente puede ser un hotel sostenible*



Fuente: Díaz, 2021.

Si la respuesta fue sí, mencione cuáles características hacen a un hotel sostenible.	
Respuestas de los encuestados	
Marketing inteligente	Inodoros que usan menos agua, educación sobre cuándo pedir toallas y ropa de cama para lavar, calentadores de agua a pedido, paneles solares, etc.
Ser un hotel inteligente no significa "dejarlos a su suerte". Algunos ya lo hacen. Automatica donde pueda, lo que pueda. Instrucciones sobre todo aquello en lo que no haya nadie para ayudar. Haz un esfuerzo adicional para que las personas no se	Puede programar las luces para que se apaguen, regular la temperatura, etc.

sientan solas.	
Uso de nueva tecnología.	

Fuente: Díaz, 2021.

Como se puede observar en la figura 28, todos los encuestados respondieron que un hotel inteligente sí puede convertirse en un hotel sostenible, el porcentaje fue de 100% y fueron las 12 personas encuestadas.

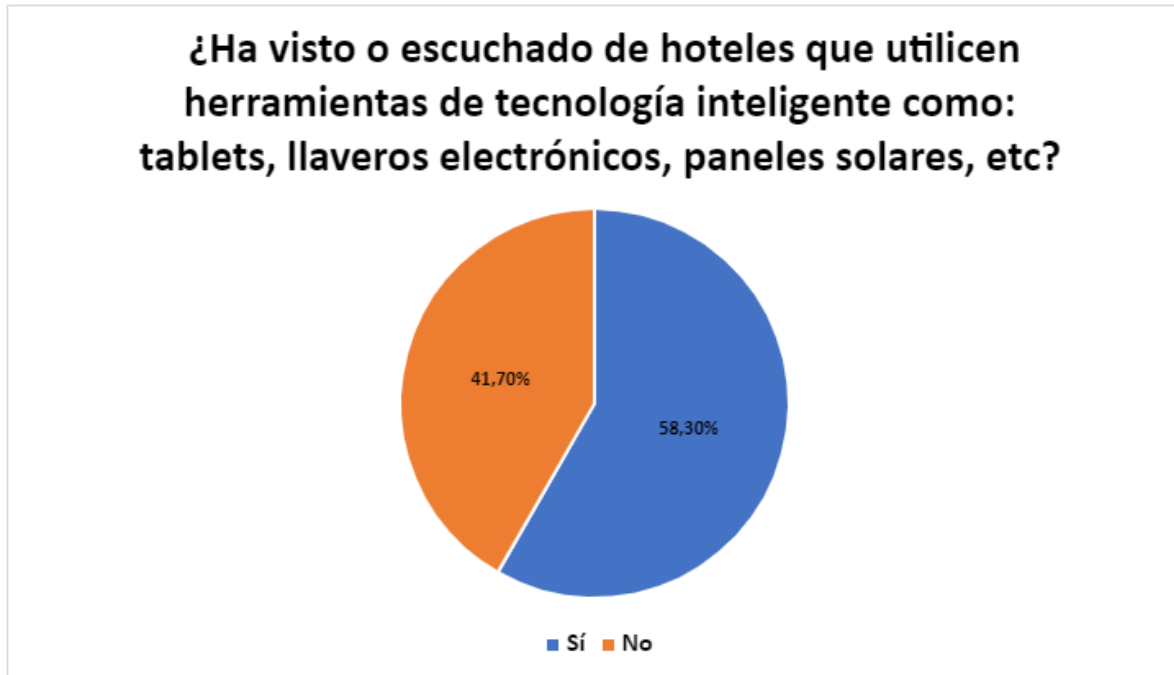
Figura 29. *¿Qué tan avanzados en tecnología están los hoteles, en general, de Costa Rica*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 29, se puede observar que hay una gran diferencia entre las opciones dadas. Gran parte de los encuestados respondieron que los hoteles, en general, en Costa Rica están regularmente avanzados en tecnología con un 66,7% (8 personas) que opina esto y con un 33,3% (4 personas) quienes opinaron que los hoteles de Costa Rica están poco avanzados en tecnología y un 0% respondió mucho. Entonces ningún encuestado respondió que los hoteles en Costa Rica están muy avanzados en tecnología. Es una pregunta con opción múltiple.

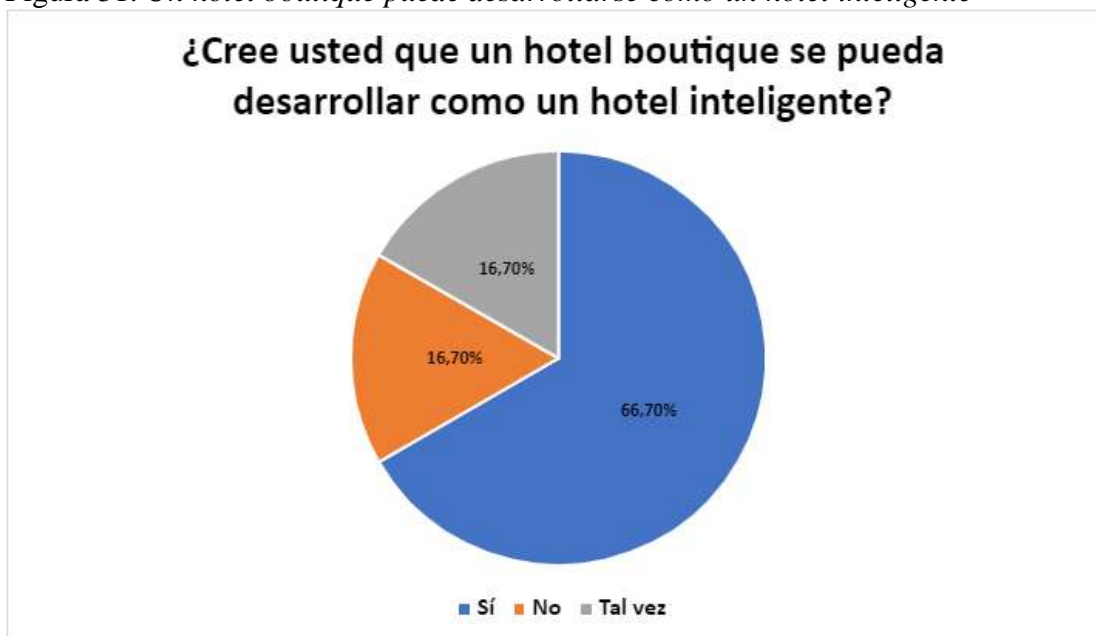
Figura 30. *Herramientas de tecnología inteligente para los hoteles*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 30 se puede observar que la mayoría de los encuestados, con un 58,3% (7 personas), respondió que sí han visto o escuchado de hoteles que utilicen herramientas de tecnología inteligente como tablets, llaveros electrónicos, paneles solares; entre otros. Por su parte, el 41,7% (5 personas), respondió que no han visto o escuchado de hoteles que utilicen tecnología inteligente.

Figura 31. *Un hotel boutique puede desarrollarse como un hotel inteligente*



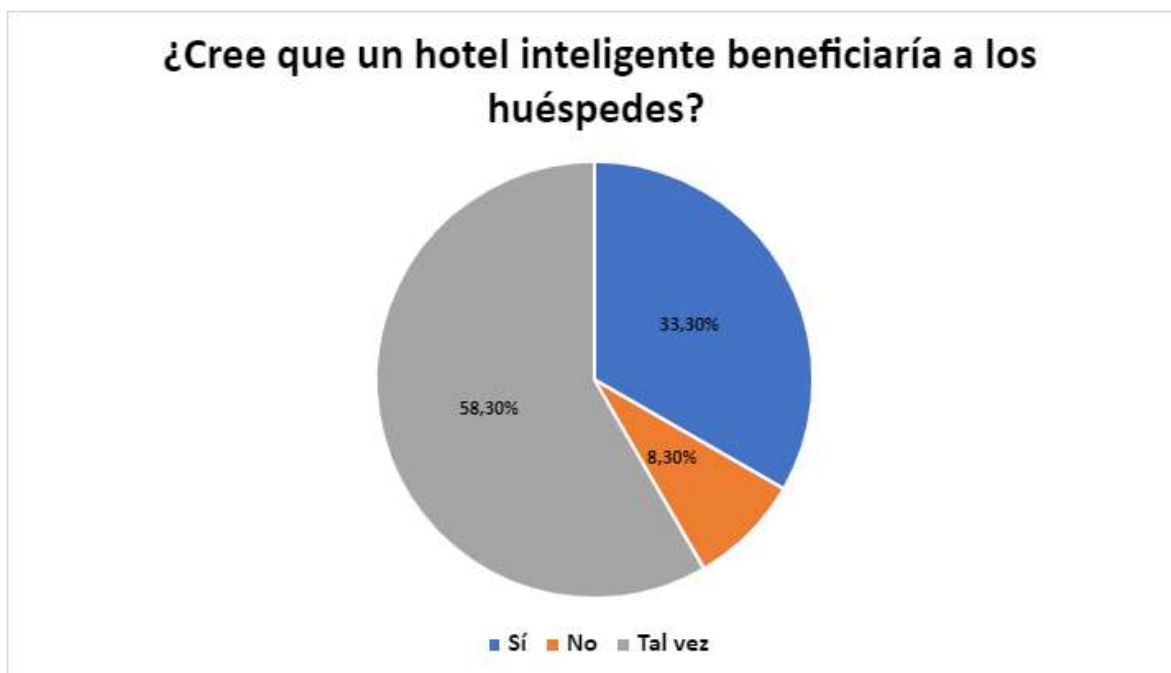
¿Por qué?	
Respuestas de los encuestados	
Los conceptos no interfieren.	Creo que algunos de estos cambios son una inversión, pero podrían terminar ahorrando dinero al hotel a largo plazo y podrían hacerlos más competitivos para los turistas.
La tecnología es menos personal y menos encantadora (ejemplo: dejar la llave de su habitación en la recepción frente a la llave de una tarjeta electrónica).	Vivo en el mundo tecnológico de posibilidades. Limitado solo por nuestra imaginación.
Me gusta el toque personal que proporciona un hotel boutique.	Un hotel boutique se puede desarrollar como un hotel inteligente, pero no quiero decir que creo que debería ser.
No veo el interés, pero esa es mi opinión personal. lo que me encanta es el ambiente amable, elegante y pequeño (con buen internet).	Servicios amigables con el medio ambiente.
Porque todo lo que necesitan hacer es actualizar su servicio.	

Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 31 se puede observar que la mayoría de los encuestados, un 66,7% (8 personas), respondió que un hotel boutique sí puede desarrollarse como un hotel inteligente,

el 16,7% (2 personas) respondió que tal vez y, finalmente, un 16,7% (2 personas) dijo que un hotel boutique no puede desarrollarse como un hotel inteligente. De igual manera se puede observar el porqué de cada una de sus respuestas.

Figura 32. *Un hotel inteligente beneficiaría a los huéspedes*



Fuente: Díaz, 2021.

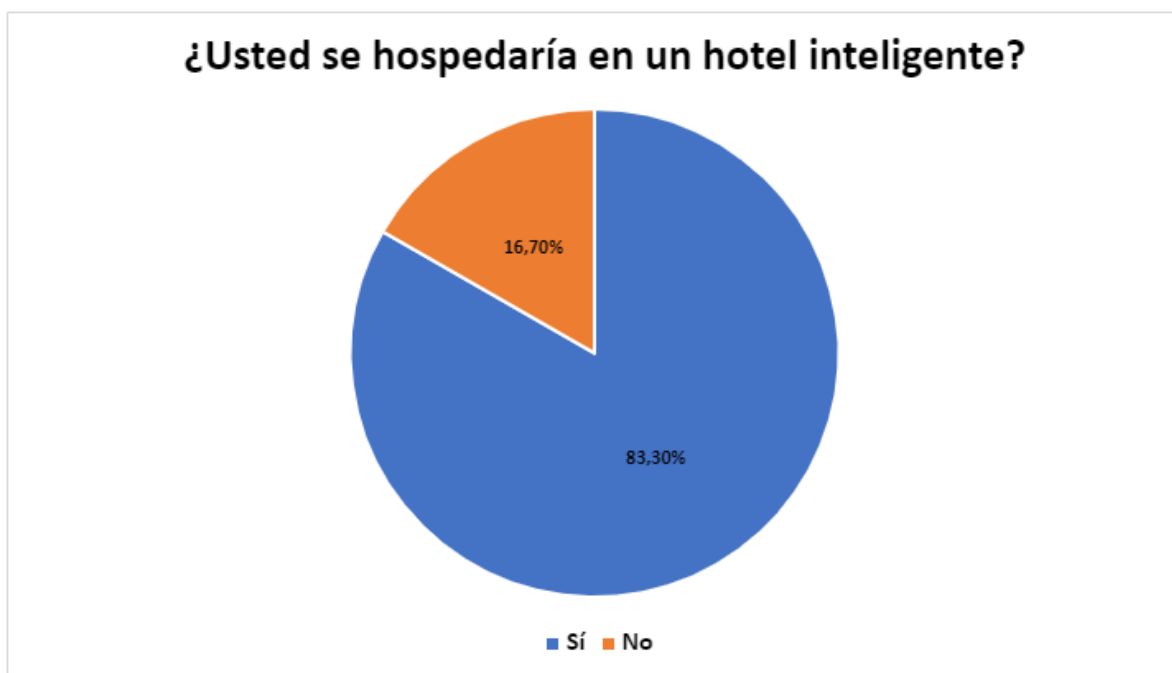
¿Por qué?	
Respuestas de los encuestados	
La nueva normalidad exigirá más tecnología y menos contacto humano.	Depende de las formas en que el hotel decida hacerlos inteligentes. Puedo decir que para mí, como viajero, cuando vengo a Costa Rica me preocupa menos la tecnología en mis estadías en los hoteles porque busco pasar tiempo en la naturaleza y con la gente de Costa Rica. Entonces, tener algunas comodidades agradables en el hotel que lo hagan inteligente sería divertido y algo por lo que pagaría, pero no es algo que deba tener para reservar una estadía.
Una buena velocidad y confiabilidad de internet es útil para la investigación de viajes y para trabajar mientras viaja.	Depende de lo que usted, el propietario, tenga para una visión. ¿A quién quieres atender? El precio dependerá del área en la que se encuentre. No puedo darle un precio que pagaría en función de lo que sea o tenga la propiedad por las

	instalaciones y cómo estoy viajando. A veces viajo en un rango de precios más alto. A veces más bajo, me quedo en Airbnb porque a menudo son más limpios y amigables, incluso si son edificios más antiguos. Viajar por Costa Rica me resultó desafiante la última vez que estuve allí. Soy canadiense y además pagué en USD, Las propiedades a menudo tenían un precio excesivo para estancias de una noche.
Las llaves electrónicas son buenas. El resto tal vez / tal vez no.	Personalmente, es genial alejarse de la mayoría de los dispositivos durante las vacaciones, pero si se trata de negocios, es muy necesario.

Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 32 que hay mucha diferencia en las respuestas de los encuestados, la mayor parte de estos respondieron que un hotel inteligente tal vez beneficiaría a los huéspedes, con un 58,3% (7 personas), y el 33,3% (4 personas) dijo que los huéspedes sí saldrían beneficiados en un hotel inteligente, por otra parte, un 8,3% (1 persona) respondió que no. También se observa el porqué de sus respuestas.

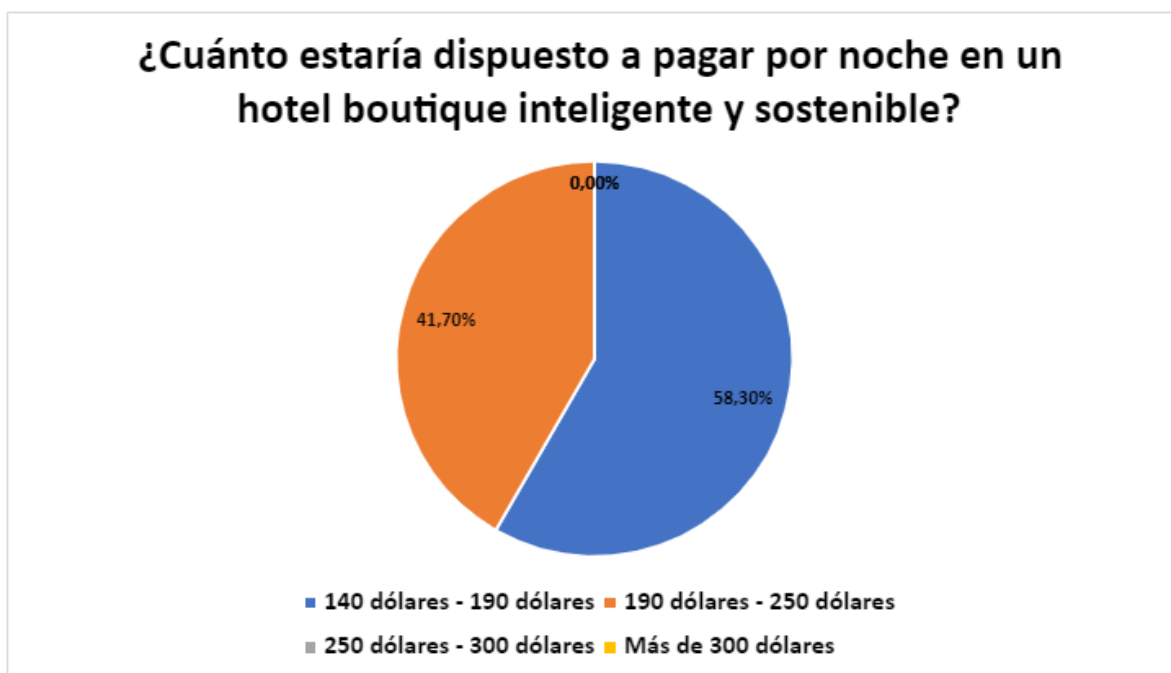
Figura 33. *Hospedaje en un hotel inteligente*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 33 que la parte más grande de los encuestados respondió que sí se hospedarían en un hotel inteligente, con un 83,3% (10 personas), la otra parte que corresponde a un 16,7% (2 personas), dijo que no se hospedaría en un hotel inteligente. Se puede ver una gran diferencia en las respuestas de los encuestados y que la gran mayoría sí se hospedarían en un hotel inteligente.

Figura 34. *Costo por noche en un hotel boutique inteligente y sostenible*



Fuente: Díaz, 2021.

En la figura 34, se puede observar que un poco más de la mitad de los encuestados, con un 58,3% (7 personas), respondió que pagaría entre 140 dólares a 190 dólares, un 41,7% (5 personas) respondió que estarían dispuestos a pagar entre 190 dólares a 250 dólares, un 0% estarían dispuestos a pagar entre 250 dólares a 300 dólares y un 0% estarían dispuestos a pagar más de 300 dólares. Se puede analizar que los turistas no están dispuestos a pagar mucho dinero para hospedarse en hoteles boutique inteligentes y sostenibles. Es una pregunta con opción múltiple.

Figura 35. *Hospedaje en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia*



Fuente: Díaz, 2021.

Se puede observar en la figura 35 que la gran mayoría de los encuestados, con un 83% (10 personas), respondió que sí se hospedarían en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia y un 17% (2 personas) de los encuestados respondió que no se hospedarían en un hotel boutique sostenible e inteligente.

Análisis cualitativo de las entrevistas

Por medio de los objetivos específicos para analizar los resultados y a partir de la selección que se hizo en este trabajo de investigación. Se seleccionó los hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari, Belén en Heredia que están operando en esta zona del país.

Por lo mismo, se tomaron en cuenta dos de los hoteles boutique relacionados con este tema para poder tener información y saber si tienen algún conocimiento de los hoteles boutique y de los hoteles inteligentes y sostenibles. Se realizaron entrevistas *online*, todas las entrevistas fueron realizadas a empresarios que son dueños de un hotel boutique. El tercer hotel boutique que se encuentra en la zona de Ciudad Cariari no accedió a hacer la entrevista *online*.

La primera entrevista que se realiza fue a Liliana Mancilla Basilio, es la dueña y administradora del Hotel Boutique Casa Primo. El motivo principal que hizo que tuviera este hotel fue porque tuvo la oportunidad de invertir su dinero en un hotel. Lleva 5 años en el mercado hotelero, pero el hotel ya existía desde hace 12 años.

El proceso que tuvieron para poder que el hotel boutique Casa Primo sea rentable fue gracias al compromiso de ofrecer un excelente servicio, es gracias a que el hotel es un negocio familiar. Con el paso de los años Casa Primo por ser un hotel pequeño pueden dar una atención personalizada, por esa razón lograron que varios huéspedes regresen a hospedarse.

Se confirmó que efectivamente es complicado tener una empresa propia, debido a que se necesita tener un mayor compromiso y responsabilidad para que pueda tener presencia en el mercado. El hotel boutique Casa Primo se diferencia del resto de los hoteles de la zona de Ciudad Cariari porque a los huéspedes los hacen sentir como en su casa.

La dueña de Casa Primo menciona que conoce poco sobre la evolución de los hoteles boutique, solo tiene conocimiento que este tipo de establecimientos iniciaron en residencias o haciendas grandes en donde las familias ofrecían hospedaje a los viajeros para transformarse en hoteles. Se logró conocer que la rentabilidad de los hoteles boutique es por su servicio personalizado, esto es porque las personas desean tener un trato especial.

Se menciona en esta entrevista por parte de la dueña del hotel Casa Primo que es factible este tipo de establecimiento debido a que no se necesita tener una estructura grande y la decoración puede ser diferente en cada habitación. El proceso para que un hotel boutique sea sostenible es por medio del seguimiento de las directrices que indica el ICT.

La diferencia que hay entre un hotel boutique y un hotel inteligente es que el hotel boutique debe de tener ciertas características, esto quiere decir que cualquier hotel puede ser inteligente, pero no cualquier hotel puede ser boutique. Algunas de las estrategias que se necesitan para que sea un hotel inteligente es la iluminación LED con tecnología wifi, tener tablets electrónicas, cerraduras electrónicas, entre otras.

En la actualidad, es rentable tener un hotel inteligente y sostenible porque tienen ahorro de recursos, como de energía, agua, empleados para poder recuperar un poco de la inversión. Se logró saber que gracias al COVID-19 si es recomendable invertir en el hotel, debido a que las personas buscan lugares donde interactúen menos con los empleados de

los hoteles. Como respuesta de la entrevista se considera que los hoteles boutique no son populares en el país.

La segunda entrevista que se realiza fue a Cecilia Esquivel Jiménez, es la dueña y administradora del Hotel Boutique Casa Primo. El motivo principal que hizo que tuviera este hotel fue porque encontraron una casa grande y por el gusto en la hotelería. Lleva 10 años en el mercado hotelero.

El proceso que tuvo el hotel boutique Terrazas de Golf para llegar a ser rentable fue con mucho esfuerzo, debido a que los primeros años fue difícil porque no era un hotel conocido, sin embargo, con el tiempo empezó a darse a conocer por las recomendaciones que las personas hacían y por la relación que se tiene con los demás hoteles de la zona. Después 3 años empezó a hacer rentable, pero en el quinto año fue completamente rentable.

Los huéspedes en el hotel boutique Terrazas de Golf deciden hospedarse ahí por su atención personalizada que hace que se sientan a gusto, también por el servicio al cliente al momento de solucionar los problemas. Se logró conocer que es arriesgado tener una empresa propia por los costos fue por la experiencia que tiene la señora Cecilia, dueña del hotel.

La diferencia que tiene el hotel boutique Terrazas de Golf es por la atención y la instalación ya que cuenta con paneles solares, cargador de carro eléctrico y por el acceso que tiene al Cariari Country Club. También no tiene conocimiento sobre la evolución o la historia de los hoteles boutique y que efectivamente los hoteles boutique sí son rentables por su servicio personalizado y ese mismo servicio atrae más clientela.

Se logró conocer que no es factible tener un hotel boutique debido a que su decoración es extravagante y diferente, lo que ocasiona que tenga un precio elevado. El proceso para hacer que un hotel sea sostenible es por medio de los permisos, la patente, los requisitos de seguridad civil, la póliza que se obtienen por medio del ICT.

La diferencia entre un hotel boutique y un hotel inteligente, es que en el último se aplican muchas tecnologías. El dinero es lo primordial que se necesita para tener las estrategias necesarias para convertir un hotel en inteligente, como obtener bombillos LED, paneles solares, entre otros.

En la actualidad si es rentable tener un hotel boutique inteligente y sostenible porque la sociedad lo amerita y si es un negocio familiar puede ser más rentable. Sin

embargo, invertir en la actualidad por el tema del COVID-19 no se puede debido a que la pandemia hizo que disminuyera la economía. También se pudo conocer que los hoteles boutique no son populares en el país.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al abordar la investigación sobre la rentabilidad de los hoteles boutique inteligentes y sostenibles de la zona de Ciudad Cariari, Belén en Heredia, se precisó mencionar diferentes temas y estrategias para corroborar que en la actualidad la tecnología y la sostenibilidad ocupan un lugar destacado en la industria turística. Por lo tanto, se debe de permitir un mayor crecimiento e importancia para promover esta innovación.

Por los datos recolectados y las investigaciones realizadas, se puede confirmar la importancia del conocimiento sobre los temas de los hoteles boutique, los hoteles inteligentes y sostenibles en el país, debido a que Costa Rica es un país donde el turismo sobresale y es conocido por sus atractivos turísticos.

La población costarricense no tiene un gran conocimiento sobre los hoteles inteligentes. Se confirmó que los turistas extranjeros tienen un mayor conocimiento sobre los hoteles boutique. Se pudo identificar la rentabilidad de los hoteles boutique por medio de las experiencias memorables que se les brinda a los huéspedes, sin embargo, en términos de análisis de costos no son rentables.

1. No se logró conseguir información sobre la evolución de estos por medio base en las entrevistas realizadas, debido a que los propietarios de los hoteles boutique de la zona no tienen conocimiento sobre este tema, sin embargo, se tiene fecha que a partir del año 2009 se inauguró el primer hotel boutique que se llama Casa Primo, siguiendo con el hotel boutique Terrazas de Golf en 2011 y por último meses después el hotel boutique Alameda. Así mismo se logró confirmar que en la zona de Ciudad Cariari, aunque sea turística, no cuenta con muchos hoteles boutique. No obstante, desde hace 4 años los hoteles existentes logran una mayor presencia en el mercado de Costa Rica.
2. Se pudo analizar la rentabilidad de los hoteles boutique desde una perspectiva del servicio personalizado por medio de las entrevistas realizadas que en los hoteles boutique, la mayor parte de su éxito se da porque ofrecen un servicio personalizado. Los turistas extranjeros prefieren un servicio más personalizado y prefieren

- hospedarse en hoteles que ofrezcan ese tipo de servicio, en mayor medida que los turistas nacionales, sin embargo, en términos de costos no son hoteles rentables.
3. Se analizaron el conjunto de experiencias que tienen los huéspedes en los hoteles boutique, siendo placentera su estadía debido al trato personalizado que tuvieron.
 4. Se analizaron los pro y contra de la factibilidad de transformar un hotel boutique en un hotel inteligente por medio de un análisis de costos, encontrando que no es rentable.
 5. Recomendar una serie de estrategias para que los hoteles boutique se transformen en hoteles inteligentes, los hoteles en general están empezando a implementar tecnología inteligente en sus instalaciones, pero aún son pocos hoteles los que se están abriendo camino al mundo de la tecnología inteligente. Una parte de los hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari en Costa Rica son sostenibles, ya que están implementando instalaciones que sean amigables con el ambiente, esto se determinó por medio de las entrevistas realizadas a los propietarios.
 6. El desarrollo turístico de Ciudad Cariari se debe entre otras por su cercanía con el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría.
 7. Una gran parte de los costarricenses no han visitado un hotel boutique.
 8. La mayoría de la muestra que se le realizó la encuesta no tiene conocimiento sobre el tema de los hoteles inteligentes.
 9. En base a las entrevistas realizadas se determinó que los hoteles boutique no son muy populares en Costa Rica.
 10. La pandemia por el COVID-19 obligó a los lugares de hospedaje del mundo a entrar al mundo de la tecnología., sin embargo, también se dio una disminución en el nivel de ocupación y difícil obtener más información.
 11. Las herramientas tecnológicas que se necesitan para que los hoteles boutique sean hoteles inteligentes y sostenibles tienen un precio elevado, por consiguiente, se necesita de muchos ingresos para poder convertir a un hotel boutique en inteligente y sostenible.
 12. Será difícil para los empresarios de pequeñas empresas cuenten con este tipo de herramientas porque sus ingresos disminuyeron debido a que el nivel de ocupación bajo.

13. Por motivo de la pandemia los viajes internacionales disminuyeron en el país, debido a que cerraron las fronteras.
14. No es rentable en términos de costos convertir un hotel boutique en un hotel inteligente en estos tiempos sobre todo por el tema del COVID, ya que la ocupación es baja y por los altos costos.

RECOMENDACIONES

En este proyecto, para tener un mayor avance tecnológico y sostenible, se desea que existan cambios para mejorar, modernizar y llegar a tener innovación en el sector hotelero, específicamente en los hoteles boutique. Se requiere que los hoteleros tengan ese deseo de innovar sus hoteles. Con base a lo anterior, se plantearon algunas recomendaciones:

- La encuesta muestra que una gran parte de los turistas nacionales de Costa Rica no han visitado los hoteles boutique, entonces se debería dar más atención a esta población brindando información, publicidad y promociones para el hospedaje de este tipo de hoteles crezca.
- Se deberá dar una mayor importancia a los hoteles inteligentes en el país, brindar más información y publicidad para que las personas de Costa Rica tengan conocimiento sobre este tipo de hoteles.
- Concientizar al sector hotelero para que implementen medidas de ahorro de recursos y que hagan uso de las energías renovables, las cuales son la eólica, solar (luz del sol), hidráulica (agua); entre otras.
- Solicitar al gobierno para que apliquen programas de créditos para los propietarios de hoteles boutique que sirvan para financiar la implementación de tecnologías que hacen de los hoteles lugares inteligentes.
- Otorgar insignias a los hoteles que tengan tecnologías inteligentes para que los turistas de otros países tengan conocimiento de que existen y los consideren lugares seguros para viajar.
- Implementar ayuda financiera para incentivar el turismo de los hoteles inteligentes en el país.

- Costa Rica debe de conseguir herramientas más tecnológicas que se encuentren dentro del país para no tener que traerlo del exterior.
- El gobierno debe ayudar a la industria hotelera a incentivar a los empresarios hoteleros con ayuda financiera como con créditos económicos y beneficios fiscales.
- Demostrar la factibilidad y viabilidad que los hoteles boutique tienen para convertirse en hoteles inteligentes.
- Se podría invertir en la zona de Ciudad Cariari para que sea más atractiva para los turistas.
- En un futuro después de la pandemia posiblemente será más factible y conveniente invertir en tecnología inteligente para las instalaciones de los hoteles boutique debido a que son hoteles pequeños y por causa del COVID-19, ya que es recomendable que no haya tanto contacto con los huéspedes y la tecnología inteligente ayuda a que esto se cumpla.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Descripción de propuesta

En este capítulo se hablará en detalle de la solución propuesta en este proyecto, para que se pueda llevar a cabo y tenga una terminación satisfactoria con la realización del mismo. En los capítulos anteriores se dio toda la información que se requiere y a continuación se planteará la propuesta de este proyecto.

Se mencionaron diferentes temas: los hoteles boutique; la evolución y rentabilidad de los hoteles boutique; su presencia en el mercado costarricense; los hoteles inteligentes, eso incluye la tecnología inteligente; la sostenibilidad y lo que se necesita para hacer un hotel sostenible. Con base a todos esos temas, resultado de un proceso investigativo, se llega a la conclusión de que en estos tiempos de pandemia no es rentable convertir un hotel boutique convencional en un hotel boutique inteligente y sostenible.

Por ende, se necesita saber si es factible o no adentrarse al mundo de la tecnología y de la sostenibilidad, ya que ambos conceptos van de la mano. Para los hoteles en la actualidad, es indispensable apostar por los hoteles inteligentes, ya que dichos hoteles cuentan con habitaciones que permiten ofrecer a los huéspedes una experiencia única y distinta. Todo esto será positivo para los hoteles boutique, ya que la rentabilidad de estos se da con base al servicio personalizado que se les brinda a sus huéspedes y que, estos huéspedes, regresen a hospedarse en el mismo hotel por la experiencia memorable que se les da.

Los hoteles inteligentes consiguen que los huéspedes se hospeden en una habitación automatizada, esto quiere decir que pueden personalizar su estancia al máximo para poder pasar un tiempo agradable con su familia o en pareja y para poder relajarse, descansar o trabajar. Estas habitaciones logran que los huéspedes se puedan sentir en un espacio de bienestar y comodidad, es decir, sentirse como en sus hogares o mejor.

Por consiguiente, estas habitaciones son autosostenibles, esto quiere decir que se optimizan automáticamente para evitar el incremento de los costos de electricidad y

maximizar la eficiencia energética. Son habitaciones sostenibles con control de fugas de agua y riego automático de la plantas o jardines que posea el hotel.

Objetivos propuesta

1. Fortalecer la industria hotelera y el turismo en Costa Rica por medio de tecnologías inteligentes y sostenibles.
2. Demostrar la importancia requerida sobre el ahorro de recursos naturales y tener un mejor manejo de estos mismos recursos.
3. Implementar en Costa Rica tecnologías inteligentes en los hoteles boutique para una mejor innovación.

Perspectiva teórica

Se establecerá una perspectiva teórica, debido a que es un tema innovador poco conocido en el país de Costa Rica y es el tema de una habitación automatizada, esto incluye para su funcionamiento las tecnologías inteligentes y los métodos para tener sostenibilidad en el hotel.

Debido a que la tecnología sigue avanzando, también las industrias deben de hacerlo, la industria hotelera tiene la obligación de avanzar para que no deje de ser rentable o para que esa rentabilidad crezca más. Por ese motivo, el turismo debe adentrarse en el mundo de la tecnología inteligente para que, al mismo tiempo, se introduzca en el mundo sostenible.

En varios países del mundo este tema ya está más que avanzado, pero en } Costa Rica, aunque ya hay algunos hoteles que están implementando tecnologías inteligentes y sostenibles, todavía es un tema innovador, ya que para muchas personas del país no es conocido.

Un objetivo común para los huéspedes y los propietarios del hotel es la facilidad de control de esta tecnología inteligente, por eso las habitaciones inteligentes tienen un principio básico que es la automatización. Es así como los huéspedes no tienen la necesidad de tocar nada, ya que cuenta con sensores y detectores que saben el estado y por ello, activan o desactivan todo lo que sea necesario en la habitación.

Una habitación automatizada sirve también para erradicar el problema del uso excesivo de recursos en una empresa y ayuda a que esa gestión sea mejor, ya que promueve el ahorro de recursos, pero, al mismo tiempo, aumenta la producción y por consiguiente la rentabilidad de esa empresa.

Una investigación sobre este tipo de habitación se encontró en el hotel Mas de la Sala que se ubica en Barcelona, España. Este hotel empezó un proyecto el año pasado para implementar habitaciones inteligentes por medio de la empresa Loxone, la cual es una empresa que se dedica en construir edificios inteligentes, casas inteligentes y todo lo que tenga que ver con tecnología inteligente. Loxone ayuda a innovar tu empresa para automatizarla.

Este hotel se adapta a las valoraciones y requerimientos que se necesitan para empezar a transformar las habitaciones a habitaciones inteligentes y que los huéspedes tengan una mejor experiencia. En la primera fase del proyecto se han remodelado por completo dos habitaciones, una suite principal y una habitación doble estándar. Todos los beneficios que aporta Loxone para transformar las habitaciones son completamente adaptables en habitaciones funcionales del Mas de la Sala.

El objetivo que tiene en común el hotel Mas de la Sala y Loxone es que quieren facilitar el control de esta tecnología para que los huéspedes puedan hacer uso de esta fácilmente. Por ese motivo, las habitaciones se automatizarán y los huéspedes no necesitarán tocar nada porque habrá sensores y detectores que conozcan el estado de los aparatos o servicios en la habitación para que los puedan manejar, activándolos o desactivándolos si es necesario.

También este tipo de habitaciones contará con persianas que funcionen de forma automática y en el momento en que el sol salga puedan tener un modo sombreado y no se sobrecaliente la habitación, ya que pueden bajar automáticamente y en cuando el sol desaparezca se subirán automáticamente. Esto ocasiona que haya un menor gasto de energía en la habitación porque provoca que no se use el aire acondicionado si no es necesario, ya que la habitación estará con un clima agradable.

Otra característica que tendrán estas nuevas habitaciones será la iluminación, ya que por medio de los sensores se encenderá si el huésped se encuentra en la habitación y se apagará cuando el huésped salga. Otro aspecto fundamental para el buen funcionamiento de la habitación es el control de la temperatura, esto funcionará si la habitación está reservada, se activará automáticamente el sistema de climatización con una temperatura promedio y si no hay nadie físicamente en la habitación, pero si la habitación está reservada esta temperatura pasará a modo ahorro. Y si la habitación no está reservada, sin usar la climatización, se apagará automáticamente para evitar gastos y desperdicios innecesarios.

Sin embargo, si el huésped quiere tener el control de forma manual de lo que pase en la habitación. Loxone también contará con unos pulsadores de touch, esos siempre se encontrarán en una parte de la habitación, otro tipo ejemplo es el Loxone Touch Surface que puede integrarse debajo de superficies de madera, vidrio, cerámica, piedra casi sin que se vea y, también, está el Touch Nightlight, el cual dispone de luz en la mesa de noche y funciona como un despertador.

Es muy importante este sistema de automatización de Loxone en un hotel, ya que también está relacionado con tener una eficiencia energética porque todas estas acciones que hace Loxone ayudan a tener una mejor gestión en las funciones necesarias, pero sin la necesidad de tener costos excesivos energéticos.

El control de la temperatura se puede realizar por medio de las reservas, pero también si no hay nadie en la habitación esta temperatura se regula, la iluminación se apaga si no se encuentra nadie en la habitación y, si se abren las ventanas, el aire acondicionado automáticamente regula su temperatura. La automatización de las persianas facilita activar la sombra, si hay mucha presencia de luz solar, lo cual evita que suba la temperatura, de igual forma, si se necesita del aire acondicionado este se encenderá automáticamente. Y si se necesita de calentar la habitación, también existe un sistema de calefacción.

Una de las características que es especial de las habitaciones inteligentes del hotel Mas de la Sala es el modo noche, este funciona cuando el cliente se va a dormir, se pulsa un botón y automáticamente las persianas bajan, todas las luces se apagan para que el huésped no tenga la necesidad de levantarse para apagar las luces y también regula la temperatura.

Esta función de modo noche hace que la iluminación se torne azul y tenue para que los huéspedes al momento de levantarse puedan ver un camino que los ilumine.

Las habitaciones automatizadas ayudan a incrementar el confort en la estadía de los huéspedes y mejoran la experiencia, combinando ambientes de iluminación, en este caso del hotel Mas de la Sala se puede hacer especialmente en la suite, donde las luces de la habitación se pueden combinar junto con las luces de la bañera de hidromasaje para que el huésped pueda experimentar momentos únicos.

Glosario

Eficiencia:

Es la utilización correcta y apropiada de los recursos, quiere decir que utiliza la menor cantidad de recursos para conseguir un objetivo. También se refiere a alcanzar más objetivos con los mismos o menos recursos. Por otra parte, la eficiencia energética es la manera que nos ayuda a adoptar una conducta responsable, disminuyendo gastos y promoviendo la sostenibilidad ambiental.

Energías renovables:

Son todas aquellas energías que se obtienen por medio de fuentes naturales que producen energía de manera inagotable e indefinida. Se consideran renovables también todas aquellas energías que se obtienen a partir de fuentes que se regeneran con el tiempo de manera natural.

Todas estas energías presentan un bajo impacto negativo o un nulo sobre el medio ambiente y, a su vez, generan electricidad. La energía solar se da por medio de la luz, la energía eólica se da a través del viento, la energía hidráulica es la energía que se obtiene a partir del agua de los ríos.

Habitación automatizada:

También conocidas como habitaciones inteligentes, son aquellas habitaciones que se optimizan automáticamente, quiere decir que son eficiente en su funcionamiento y dan mejores resultados por sí mismas. Estas habitaciones se automatizan para que no haya un mayor consumo de electricidad y ayudan a mejorar la eficiencia energética.

Las habitaciones automatizadas o inteligentes utilizan de la tecnología inteligente para tener una mejor gestión, son completamente adaptables a habitaciones funcionales que busquen confort y bienestar para sus clientes, pero también benefician a los propietarios del hotel por medio del ahorro energético.

Hoteles boutique:

Son aquellos hoteles que ofrecen una arquitectura propia, con un diseño moderno, único, elegante. Cuentan con un número de habitaciones que varía entre una docena y hasta cien habitaciones, mientras menos habitaciones habrá menos clientes que atender para así proporcionarles una mejor atención y un ambiente más íntimo a los huéspedes.

El principal objetivo y característica de los hoteles boutique característica es que ofrecen una atención personalizada al huésped y están alejados del turismo en masas que es en donde están las grandes cadenas hoteleras. Se encuentran ubicados en lugares únicos y diferentes, con una infraestructura que da lugar a algún lugar histórico, como en castillos.

Hoteles inteligentes:

Son los hoteles que permiten a sus huéspedes, a través del uso de algún medio electrónico que usualmente puede ser un smartphone o una tablet, realizar aquellas acciones que se pueden hacer en persona. También es la integración de herramientas tecnológicas para ofrecer una mejor experiencia y comodidad al huésped; además de aumentar la rentabilidad de los hoteles permitiendo una mejor gestión.

Por medio de estos avances, el servicio hotelero se vuelve más rápido, eficaz, útil, innovador y completo, ya que estos hoteles permiten una mejor distribución eléctrica, de calefacción, aire acondicionado, consumo de agua, sistemas de seguridad; entre otras.

Recursos naturales:

Se definen como todos los bienes o servicios que proporciona la naturaleza sin la necesidad de la intervención del hombre. Estos recursos incluyen todos los productos animales, vegetales, minerales, el aire, temperatura, vientos; entre otros. Quiere decir que todos son generados por la naturaleza, no necesitan de las personas para que existan.

Sostenibilidad:

La sostenibilidad se define como el desarrollo que satisface las necesidades del ahora sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, ocasionando que haya un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social. Trata de buscar las posibles soluciones para las consecuencias negativas que hay en el desarrollo económico y social; es decir, los problemas derivados de la industrialización y el crecimiento de la población.

Tecnología inteligente:

Se llaman así porque son todas aquellas tecnologías que utilizan internet para lograr una mayor eficacia y efectividad. El concepto de tecnología inteligente es sobre dotar a un dispositivo con una programación lógica que responderá de manera racional bajo estímulos de sensores.

Propuesta

La propuesta de este proyecto será un manual sobre una habitación automatizada, donde se describirá todo lo que se necesita saber para poder implementar este tipo de habitación en los hoteles boutique de la zona de Ciudad Cariari. La inversión para este tipo de habitaciones es fuerte, pero se irá amortizando en el transcurso del tiempo con el ahorro de energía.

Para que estos hoteles boutique puedan tener habitaciones automatizadas o inteligentes se debe de dar a través de espacios que experimenten el diseño para el estudio de interiorismo donde destaquen la eficiencia y el confort. Los huéspedes que quieran alojarse en una habitación automatizada tendrán una mejora en la experiencia a través de elementos como música, iluminación o clima para que ayuden a personalizar su estancia.

El manual de esta propuesta debe de contar con requisitos para que esta propuesta se realice, los requisitos son los siguientes:

1. Que el hotel cuente con habitaciones funcionales adaptables en donde se busque el confort y el bienestar de los huéspedes para implementar herramientas tecnológicas.
2. Contar con pocas habitaciones, para empezar.

3. Implementar servicios virtuales, como asesoría virtual con mensajería virtual para cualquier duda de los huéspedes.
4. Crear una aplicación específicamente para el hotel, donde se pueda tener el control de realizar check in, pagar la estancia u otros servicios del hotel, donde puedan solicitar servicios de limpieza, de alimentación o de otro tipo, que tengan el uso de llave virtual para que pueda entrar a la habitación; entre otras funciones.
5. Implementar televisores inteligentes que tengan acceso a internet.
6. Comprar dispositivos de altavoces inteligentes o implementar tablets, también que por medio del teléfono inteligente del huésped pueda controlar los servicios del hotel mientras esté en su estadía, eso se consigue por medio de una app.
7. Conseguir herramientas que ayuden al ahorro de energía, por ejemplo, paneles solares, sensores de movimiento, persianas inteligentes, iluminación LED.

REFERENCIAS

- Alegre, G. (s.f). *Los hoteles más tecnológicos del mundo*. Rincón de la tecnología. Recuperado de: <https://rincondelatecnologia.com/los-hoteles-mas-tecnologicos-del-mundo/>
- Alvarado, R. (2018). “Ciudad inteligente y sostenible: hacia un modelo de innovación inclusiva”. PAAKAT: *Revista de tecnología y sociedad*. CONACYT-INFOTEC, México. Vol.7. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072018000100002&lang=es
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2011, 18 de julio). *Reforma Reglamento Empresas Hospedaje Turístico, Inserción de la modalidad denominada "Hoteles Boutique"*. N° 36660 -MEIC-TUR. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=70691&nValor3=85527&strTipM=TC#:~:text=Hoteles%20Boutiques%20serán%20aquellos%20que,estrellas%2C%20para%20definirse%20como%20tales.
- Búrdalo, J. (13 de septiembre del 2018). *Llaves virtuales, nueva era de la hotelería y la experiencia del cliente*. Osteltur. Recuperado de: <https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/016246-llaves-virtuales-nueva-era-de-la-hoteleria-y-la-experiencia-del-cliente.html>
- Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Estudios formularios o exploratorios, descriptivos, diagnósticos, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles. Recuperado de: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/marco-metodologico-segun-balestrini.html>
- Ballarin, E. (2019). *Estrategia de sostenibilidad hotelera*. Eva Ballarin. Recuperado de: <https://www.evaballarin.com/estrategia-de-sostenibilidad-hotelera-bases-del-hotel-sostenible/>

- Beltrán, P. (2012). *¿Qué es la inteligencia artificial?*. Recuperado de:
https://cadenaser.com/programa/2012/02/06/la_ventana/1328487432_850215.html
- Cajal, M. (11 abril, 2018). *¿Qué es un hotel boutique?*. Club Magazine: hoteles con encanto. <https://www.hotelesconencanto.club/que-es-un-hotel-boutique/>
- Caro, M., Leyva, C. y Vela, R. (2011). “Calidad de las tecnologías de la información y competitividad en hoteles de la península de Yucatán”. *Contaduría y Administración*, (235), 121-146. Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000300007
- Coll, C. (2018). *Hotel Boutique, un concepto que va in crescendo*. ibmagazine, MODA. Recuperado de: <https://ibmagazine.es/hotel-boutique-un-concepto-que-va-in-crescendo/>
- Contreras, Y, Roa, M. (2015). *Técnicas e instrumentos de investigación*. Técnicas e instrumentos de investigación. Recuperado de:
<http://tecnicasdeinvestigacion2015.blogspot.com>
- Dunn, K. & Brooks, D. (1990). “Profit analysis: beyond Revenue Management”. *Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 31(3), 80-90.
- Ecoticias. (2017). *¿Qué es la sostenibilidad ambiental?* Ecoticias.com. Recuperado de:
<https://www.ecoticias.com/sostenibilidad/132018/sostenibilidad-ambiental>
- Expedia México. (2019). *¿Qué son los hoteles boutique?* Recuperado de:
<https://blog.expedia.mx/que-son-los-hoteles-boutique/>
- Franco, Y. (2014). *Tesis de Investigación*. Población y muestra Tamayo y Tamayo [Blog Internet] Venezuela. Disponible:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>. [Consulta 2014/Jul/01]

García, I. (9 septiembre, 2017). *Definición de Viabilidad*. Economíasimple.net. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad>

García, I. (14 noviembre, 2017). *Definición de Organización*. Economíasimple.net. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/organizacion>

Gascueña. (2020). *¿En qué beneficia un hotel inteligente a hoteleros y huéspedes?*. Tecno Hotel. Recuperado de: <https://tecnohotelnews.com/2020/01/14/hotel-inteligente-beneficios-huespedes-hoteleros/>

Gebhart, A. (2018). *¿Qué es una pantalla inteligente y realmente necesitas una?* Cnet. Recuperado de: <https://www.cnet.com/es/noticias/google-home-hub-eco-show-portal-de-facebook-que-son-pantallas-inteligentes/>

Gestión. (2018). *¿Qué es la inteligencia artificial y para qué sirve?* Tecnología, Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/inteligencia-artificial-historia-origen-funciona-aplicaciones-categorias-tipos-riesgos-mnda-nnlt-249002-noticia/?ref=gesr>

Gómez, J., Zabaleta, K y Contreras, R. (s.f). *Teoría de Recursos y Capacidades*. Recuperado de: <https://teorias-modernas.jimdofree.com/teorias-modernas/recursos-y-capacidades/>

Guillermo Westreicher. (23 de febrero, 2020). *Encuesta*. Economipedia.com. [Recuperado de: https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html](https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html)

Herrera, J. (2017). *La investigación cualitativa*. Recuperado de: <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>

Hinojosa, V. (2019). *Retos de sostenibilidad para los hoteles*. Hostel Tour. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/128266_retos-de-sostenibilidad-para-los-hoteles.html

Hinojosa, V. (2018). *Evolución de la recepción de hotel: hasta dónde puede llegar la tecnología.* Hostel tour. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/127733_evolucion-recepcion-hotel-donde-puede-llegar-tecnologia.html

Iglesias, A. (2016). *La historia de la inteligencia artificial: desde los orígenes hasta hoy.* TICbeat. Recuperado de: <https://www.ticbeat.com/innovacion/la-historia-de-la-inteligencia-artificial-desde-los-origenes-hasta-hoy/>

Instituto Costarricense Turístico (s.f). *Sostenibilidad Turística CST* . Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/es/sostenibilidad/cst.html#:~:text=La%20sostenibilidad%2C%20como%20modelo%20para,generaciones%20a%20satisfacer%20las%20suyas.>

Kojima, A. (2013). *Claves en el servicio al cliente: atención personalizada.* Crece Negocios. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-la-atencion-personalizada/>

Landman, P. (2020). *Hoteles Lifestyle.* Xotels. Recuperado de: <https://www.xotels.com/es/glosario/hoteles-lifestyle/>

Las características de un verdadero Hotel Boutique. (18 febrero, 2016). La Boella. España. Recuperado de: <http://www.laboella.com/caracteristicas-hotel-boutique/>

La Gaceta N° 138. (2011). *Emiten reglamento para aplicar ley de migración a menores de edad.* Imprenta Nacional. Recuperado de: <https://docplayer.es/97205212-Emiten-reglamento-para-aplicar-ley-de-migracion-a-menores-de-edad.html>

Marker, G. (2020). *Tablets. Tecnología más Informática.* Recuperado de: <https://www.tecnologia-informatica.com/tablets/>

- Mesalles, N. (2011). *ICT incorpora Hoteles Boutique como nueva modalidad de hospedaje*. *Apetito*. <https://apetitoenlinea.com/ict-incorpora-hoteles-boutique-como-nueva-modalidad-de-hospedaje/>
- Meza, D., Zaldívar, P., Martín, R. (2016). “La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados”. *Scielo: Economía y Desarrollo*. 157 (2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842016000200002
- Morales, M. (2016). *Hoteles tipo boutique logran mayor presencia en mercado tico*. *La Nación*. <https://www.nacion.com/economia/negocios/hoteles-tipo-boutique-logran-mayor-presencia-en-mercado-tico/QIXYZAULNjHZTNMG5JUKQBOWBU/story/>
- Morales, E. (2017). *Asesoramiento en gestión del turismo sostenible Hotel Cristal Ballena Boutique & SPA, Bahía Ballena Puntarenas*. Repositorio Institucional del Tecnológico de Costa Rica. Recuperado de: <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/9377>
- Montero, J. (2019). *Hoteles locales comienzan a digitalizar la experiencia de sus huéspedes*. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/hoteles-locales-comienzan-a-digitalizar-la/KGS57OJRVDOFCA3RMB2UJMEME/story/>
- Muñoz M., & Nicaragua R. (2014). Un acercamiento a la brecha digital en Costa Rica desde el punto de vista del acceso, la conectividad y la alfabetización digital. *E-Ciencias De La Información*, 4(1), 1-29.
- Ortega, E. (2019). *¿Cuál es mejor altavoz inteligente? Comparativa, características y recomendaciones*. *Computer de hoy*. Recuperado de: <https://computerhoy.com/guia-compra/altavoz-inteligente#quees>
- Parla, A. (19 marzo, 2019). *20 tipos de alojamiento que tienes que conocer*. *Turismo y hospitalidad*. Recuperado de:

<http://turismoyhospitalidad.com/index.php/2019/03/12/20-tipos-de-alojamiento-que-tenes-que-conocer/>

Parrí, L. (2017). *La revolución digital en hoteles boutique: el impacto en la comunicación online*. Universidad Oberta de Catalunya. Recuperado de: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/65910>

Poulet, F. (2019). *¿Qué es un hotel inteligente? Definición I Optimizar 360*. Optimize 360. Recuperado de: <https://www.optimize360.fr/es/quest-ce-quun-smart-hotel/>

Real Academia Española. (2015). *Diccionario de la lengua española* (23a ed.).

Redondo, B. (2020). *Big Data: ¿qué es y cómo funciona?* Patwire. Recuperado de: <https://es.mailjet.com/blog/news/big-data/>

Replinger, J. (18 de September de 2017). *Williamette University*. Obtenido de Information Literacy: 11. Primary & Secondary Sources: libguides.willamette.edu

Rodríguez, P. (2020). *Las nuevas persianas inteligentes de Lutron son capaces de subir, bajar y ajustar su ángulo en función de la posición del Sol*. Xalaka Smart Home. Recuperado de: <https://www.xatakahome.com/domotica/nuevas-persianas-inteligentes-lutron-capaces-subir-bajar-ajustar-su-angulo-funcion-posicion-sol>

Roldán, P. (02 diciembre, 2016). *Competitividad. Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

Rondón, C. (2020). *Tendencias y prácticas de sostenibilidad hotelera*. Gestión Hotelera. Recuperado de: <https://asksuite.com/es/blog/sostenibilidad-hotelera/>

- Salazar, J. (2018). *¿Qué es la inteligencia artificial y para qué sirve?*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/inteligencia-artificial-historia-origen-funcion-aplicaciones-categorias-tipos-riesgos-nnda-nnlt-249002-noticia/#:~:text=La%20inteligencia%20artificial%20es%20la,capacidades%20exclusivas%20del%20intelecto%20humano.&text=El%20término%20se%20aplica%20cuando,aprender%20o%20resolver%20problemas%2C%20etc.>
- Saldaña, B. (2015). *21 tipos de alojamiento: conceptos claves de hoteles*. El Mundook. España. Recuperado de: <https://elmundook.com/conceptos-claves-de-tipos-de-alojamiento/>
- Salgado, M. (2019). *Propuesta de mejoramiento de los procesos operativos del Hotel Boutique “Portal de Cantuña” para incrementar la calidad del servicio al cliente en el año 2019*. Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de: <http://192.188.55.27/handle/22000/16997>
- Sánchez, D, Maldonado, M, Martínez, L, Lara, G. (2017). *Rentabilidad de los hoteles boutique explicada desde la experiencia memorable*. El periplo sustentable. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362017000200081&script=sci_arttext&tlng=p^t
- Sánchez, A. (2015). *Smart Hotel-Un nuevo concepto turístico*. Tecnología y turismo. Recuperado de: <http://easystaytech.com/smart-hotel-un-nuevo-concepto-turistico/>
- Santillán, R. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación del hotel boutique eco-amigable saudec en la ciudad de Quito*. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/13084>
- Sanz, N. (2018). *Hoteles Boutique, un concepto de éxito*. Diseño de interiores. Recuperado de: <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-interiores/hoteles-boutique-un-concepto-de-exito#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20%2C%20ABhotel%20boutique%20%2C%20BB%20surgi%C3%B3,a%20las%20grandes%20cadenas%20hoteleras.>

- Tamayo, A. (2020). *¿Para qué sirve una app? ¿Por qué tu empresa necesita una?. Blog Pixan.* Recuperado: <https://pixan.io/blog/2020/03/05/para-que-sirve-una-app/#:~:text=Para%20saber%20para%20que%20sirve,nuestros%20tel%C3%A9fonos%20inteligentes%20o%20tabletas.&text=Una%20interfaz%20bien%20implementada%20para,con%20facilidad%20y%20%C3%B3ptimo%20rendimiento.>
- Taylor, S. y Bogdan R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación.* Paidós. España,
- Tecno Hotel. (20 junio, 2018). *Alexa llega a los hoteles de la mano de Amazon.* Recuperado de: <https://tecnohotelnews.com/2018/06/20/alex-hoteles-amazon/>
- Tecno Hotel. (14 enero, 2020). *¿En qué beneficia un hotel inteligente a hoteleros y huéspedes?* Recuperado de: <https://tecnohotelnews.com/2020/01/14/hotel-inteligente-beneficios-huespedes-hoteleros/>
- Teigens, V. Skalfist, P. Mikelsten, D. (2018). *Inteligencia artificial. Inteligencia artificial: la cuarta revolución industrial.* Editorial: Cambridge Stanford Books. (p. 2)
- Tesse, J. (2018). *With Alexa for hospitality, Marriott adds Amazon to the guest experience.* Hotel Management. Recuperado de: <https://www.hotelmanagement.net/tech/alex-for-hospitality-marriott-adds-amazon-to-guest-experience-0>
- Tonon, L, Ruiz, R. (2018). *Proyecto de factibilidad para el Hotel Boutique El Convento. Universidad del Azuay. Buenos Aires.* Recuperado de: <http://201.159.222.99/handle/datos/7746>
- Twenergy. (14 de octubre del 2019). *¿Qué son las luces LED?.* Recuperado de: <https://twenergy.com/luz/que-son-las-luces-led-1677/#:~:text=La%20mejor%20o%20peor%20disipaci%C3%B3n,de%20la%20intensidad%20de%20corriente>

Vindas, L. (2011). *Hoteles boutique se integraron a clasificación turística de Costa Rica*. El Financiero. http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2011/julio/24/negocios2853503.html

Yirda, A. (Última edición: 10 de diciembre del 2019). *Definición de Evolución*. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/evolucion/>. Consultado el 7 de febrero del 2020

Zubieta, S. (2020). *Los grandes retos de la hotelería en la “nueva normalidad”*. Administración Hotelera. Recuperado de: <https://facultades.usil.edu.pe/administracion-hotelera-turismo-gastronomia/los-grandes-retos-de-la-hoteleria-en-la-nueva-normalidad/>

ANEXOS

Entrevista Propietarios con fines educativos

Nombre de la empresa	Nombre del entrevistado
Hotel Boutique Casa Primo	Liliana Mancilla Basilio
Puesto, motivación y años en el mercado.	Es la dueña y administradora del Hotel Boutique Casa Primo. El motivo principal que hizo que tuviera este hotel fue porque tuvo la oportunidad de invertir su dinero en un hotel. Lleva 5 años en el mercado hotelero, pero el hotel ya existía desde hace 12 años
Proceso para hacer rentable el hotel	El compromiso familiar para ofrecer un buen servicio a los huéspedes, es porque es un negocio familiar y eso hace que sea rentable el hotel Casa Primo.
Motivo de los huéspedes para hospedarse en su hotel	Por ser un hotel pequeño con una atención personalizada.
Tener una empresa propia	Si, es complicado tener una empresa propia porque se requiere de mucho compromiso y responsabilidad.
¿Qué diferencia su hotel con los demás hoteles?	Lo que diferencia de los demás hoteles boutique de la zona, es porque los hacen sentir como en su casa.
Historia o evolución de los hoteles boutique en el mundo	No mucho, solo conozco que iniciaron en residencias o haciendas grandes y empezaron como un servicio que ofrecían las familias a los viajeros y después se transformaron en pequeños hoteles más exclusivos.

Rentables por su servicio personalizado	Los hoteles boutique sí son rentables por su servicio personalizado, porque las personas desean sentirse especiales y eso hace que busquen ese tipo de lugares para dormir.
Factibilidad de tener un hotel boutique	Es muy factible porque no se necesita tener grandes edificios, construcciones y se puede personalizar cada uno de las habitaciones, sin institucionalizar el lugar, se puede mezclar diferentes estilos sin hacer que las habitaciones sean iguales.
Proceso para hacer un hotel boutique sostenible	Se requiere el apoyo del ICT y seguir las directrices que ellos marcan, por ejemplo separación de residuos, uso de energía renovables y limpias, evitar plásticos en lo más posible.
Diferencia entre un hotel boutique y un hotel inteligente	Un hotel inteligente puede ser de cadena o puede ser cualquier tipo de hotel, y el hotel boutique tiene que tener ciertas características, pero no requiere ser inteligente. Cualquier hotel puede ser inteligente, pero no cualquier hotel puede ser boutique.
Estrategias necesarias para convertir su hotel boutique en uno inteligente	Invertir en nuevas tecnologías que faciliten implementar bombillos LED con tecnología wifi, una mayor velocidad de internet en todo el establecimiento y que se tenga acceso en todo el establecimiento, asistentes virtuales o tablets electrónicas con softwares específicos, cerraduras electrónicas de touch.

Es rentable en la actualidad tener un hotel boutique inteligente y sostenible	Si, porque se ahorra agua, energía, empleados y se recupera la inversión y las personas estan buscando lugares con nuevas tecnologías y que sean amigables con el ambiente.
Invertir ahorita con el covid 19 en su hotel	Si, porque ahora las personas buscan lugares donde interactuen menos con otras personas.
Experiencia propia, es rentable tener un hotel boutique	Sí, porque los tiempos que estamos viviendo nos obligan a resguardar los recursos naturales no renovables y a ofrecer sistemas que faciliten los servicios y la seguridad de los viajeros.
Popularidad de los hoteles boutique en Costa Rica	No son populares los hoteles boutique en Costa Rica.

Nombre de la empresa	Nombre del entrevistado
Hotel Boutique Terrazas de Golf	Cecilia Esquivel Jiménez
Puesto, motivación y años en el mercado.	Es la dueña del Hotel Boutique Terrazas de Golf. El motivo principal que hizo que tuviera este hotel fue porque encontraron esa casa grande en una muy buena motivación y le gustaba el sector hotelero, servir a personas. Lleva 10 años en el mercado hotelero.
Proceso para hacer rentable el hotel.	Los primeros años fue difícil porque no era un hotel conocido, pero con el tiempo se empezó a conocer el nombre del hotel por medio de las personas que lo recomendaban, desde un inicio tenían página web y después se metieron a las

	diferentes extranets Booking y Expedia. También se tenían relaciones con otro hotel cerca de la zona. Después de los 3 años se hizo rentable, en el quinto año se hizo rentable.
Motivo de los huéspedes para hospedarse en su hotel.	Por ser un hotel pequeño la atención es personalizada, los huéspedes se sienten a gusto, como en su casa, porque se chinean a los huéspedes. Y su servicio al cliente al momento de solucionar los problemas es rápido.
Tener una empresa propia	Es arriesgado y difícil tener una empresa propia por los costos que se tienen que pagar.
¿Qué diferencia su hotel con los demás hoteles?	Lo que diferencia de los demás hoteles boutique de la zona es por la atención, la instalación cuentan con paneles solares, cargador de carro eléctrico y tienen acceso al Cariari Country Club para que los huéspedes disfruten de las instalaciones.
Historia o evolución de los hoteles boutique en el mundo.	No conoce la evolución o la historia de los hoteles boutique.
Rentables por su servicio personalizado.	Los hoteles boutique sí son rentables por su servicio personalizado, pero al ser personalizado es más caro el servicio, pero a la larga es mejor porque ese mismo servicio te trae más clientela.
Factibilidad de tener un hotel boutique.	No es tan factible porque al ser boutique su decoración puede ser más cara, ya que es

	diferente la decoración en cada habitación.
Proceso para hacer un hotel boutique sostenible.	Es por medio de los permisos, la patente, los requisitos de la seguridad social, la póliza de seguridad civil, todo esto se debe de tener y se puede hacer por medio del ICT. Realizan el reciclaje de la basura.
Diferencia entre un hotel boutique y un hotel inteligente.	Un hotel inteligente aplica muchas tecnologías que no se aplican usualmente en un hotel boutique.
Estrategias necesarias para convertir su hotel boutique en uno inteligente.	Se necesita dinero para invertir en bombillos LED, en paneles solares, regular el consumo de agua.
Es rentable en la actualidad tener un hotel boutique inteligente y sostenible.	No, pero la sociedad nos obliga a invertir en las tecnologías, pero si es un negocio de familia sí es rentable.
Invertir ahorita con el COVID- 19 en su hotel.	No, por el tema de la pandemia la economía disminuyó mucho.
Experiencia propia, es rentable tener un hotel boutique,	Sí y no, porque los primeros años no lo fue, después sí lo fue y con el tema de la pandemia dejó de ser rentable porque no estaban preparados para una situación como la que pasó.
Popularidad de los hoteles boutique en Costa Rica.	No son populares los hoteles boutique en Costa Rica.

Encuesta

RENTABILIDAD DE LOS HOTELES BOUTIQUE INTELIGENTES Y SOSTENIBLES EN CIUDAD CARIARI, BELEN

Esta encuesta se llevará a cabo con fines educativos para realizar el trabajo de investigación en la Universidad Internacional de las Américas de la Carrera de Turismo, teniendo como propósito principal la recolección de datos que brinde la información para el desarrollo del tema rentabilidad, factibilidad y viabilidad de los Hoteles Boutique en la zona de Ciudad Cariari, Belén.

Breve descripción:

Los Hoteles Boutique son establecimientos pequeños de menos de 100 habitaciones, con una personalidad e identidad propia y en muchos casos ubicados en antiguas edificaciones (castillos, mansiones, cascos históricos, etc). Aunque algunos Hoteles Boutique se encuentren en antiguas edificaciones cuentan con una infraestructura moderna y tienen todas las tecnologías para que el huésped pueda disponer de todas las comodidades y vivir una estancia de lujo con un precio accesible. Y tienen como finalidad hacer sentir al huésped como en su casa, buscando crear una experiencia única para el cliente.

*Obligatorio

Género *

- Femenino
- Masculino

Edad *

- Menor de 18 años
- de 18 a 24 años
- de 25 a 35 años
- de 36 a 55 años
- Mayor de 56 años

2/

1. ¿Conoce los hoteles boutique? *

Sí

No

2. ¿Ha visitado este tipo de hoteles? *

Sí

No

3. ¿Usted cree que los hoteles boutique son muy visitados? *

Sí

No

4. ¿Qué tipo de servicio dan en un hotel boutique? *

Estandarizado

Exclusivo

Personalizado

5. ¿Conoce qué es un hotel inteligente? *

Sí

No

Si su respuesta fue si conteste la siguiente pregunta, sino pase a la pregunta 8

Tu respuesta _____

6. Desde su punto de vista, ¿Qué hace que un hotel sea inteligente?

Tu respuesta



7. ¿Usted cree que un hotel inteligente pueda ser un hotel sostenible?

Sí

No

Si la respuesta fue sí, mencione cuáles características hacen a un hotel sostenible:

Tu respuesta

8. ¿Qué tan avanzados en tecnología se encuentran los hoteles (en general) en Costa Rica? *

Poco

Regular

Mucho

9. ¿Ha visto o escuchado de hoteles que utilicen herramientas de tecnología inteligente como: tablets, llaveros electrónicos, paneles solares, etc? *

Sí

No

10. ¿Cree usted que un hotel boutique se pueda desarrollar como un hotel inteligente? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Por qué? *

Tu respuesta

11. ¿Cree que un hotel inteligente beneficiaría a los huéspedes? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Por qué? *

Tu respuesta

12. ¿Usted se hospedaría en un hotel inteligente? *

Sí

No

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche en un hotel boutique inteligente y sostenible? *

140 dólares - 190 dólares

190 dólares - 250 dólares

250 dólares - 300 dólares

Más de 300 dólares

14. ¿Se hospedaría usted en un hotel boutique sostenible e inteligente en la zona de Ciudad Cariari, Belén de Heredia? *

Sí

No