

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



ESTUDIO DE LA HOTELERIA PARALELA EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA – ZONA DE EL RODADERO- PROPUESTA DE UN MODELO DE INTERVENCIÓN

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



ESTUDIO DE LA HOTELERIA PARALELA EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA – ZONA DE EL RODADERO- PROPUESTA DE UN MODELO DE INTERVENCIÓN

Entidades participantes:

Viceministerio de Turismo
Universidad del Magdalena
Alcaldía Distrital de Santa Marta
Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco) - Capítulo Magdalena
Fondo de Promoción Turística de Colombia

Equipo de investigadores:

Director del estudio: Beethoven Herrera, Ph. D.
Director metodológico del estudio: Manuel Leguizamón, M.Sc.
Investigador principal: Rosa Isabel Duque, Economista

Equipo de trabajo:

Carlos Arteaga España
Eusebio Hans Daza
Omar García Silva
Daniel Gómez López
Frederic Jouen
Julieth Lizcano Prada
Jairo Alonso Mendoza
Álvaro Mercado Suarez
Jaime Alberto Morón Cárdenas
María Fernanda Paba
José Sánchez Segrera

Santa Marta, Agosto de 2010



TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	12
1. MARCO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO.....	14
1.1. Orientación general del estudio	15
1.2. Cualificación de la oferta habitacional paralela de Santa Marta	22
1.3. Benchmarking.....	22
1.4. Modelo de Intervención.....	22
1.5. El Rodadero, ¿un destino turístico sostenible?	25
2. LA INFORMALIDAD EMPRESARIAL Y LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL SECTOR HOTELERO EN COLOMBIA.....	36
2.1. Acciones y políticas para el fomento de la formalización empresarial en Colombia	37
2.2. Incentivos para la formalización empresarial	38
2.3. Acompañamiento a las Mipymes en el proceso de formalización	39
2.4. Difusión de los beneficios de la formalidad y los costos de la informalidad.....	40
2.5. Informalidad y competencia desleal: aspectos generales	40
2.6. El caso del sector turístico	41
2.7. Conclusiones de la experiencia colombiana	42
2.8. Desarrollo y análisis jurídico: el concepto de intrusismo y la competencia desleal: generalidades y marcos de acción internacional.....	43
2.9. Análisis jurídico: Ley 300 de 1996, Ley 1101 de 2006, Decreto 2590, acuerdo 002 de 2007.....	44
2.10. Normatividad Distrital en Santa Marta	45
2.11. La cuestión tributaria: generalidades y análisis	50
2.12. Conclusión de la parte tributaria.....	51
2.13. Derechos del empresario y los usuarios del servicio turístico: competencia desleal y su afectación al sector hotelero.....	52
2.14. Modalidades de administración hotelera de apartamentos privados	54

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



2.15. El contrato de Apartahotel Irotama del Sol: un análisis desde el derecho mercantil.....	54
2.16. La experiencia del Hotel La Fontana.....	57
2.17. Formas de Operación	57
2.18. Conclusiones	60
2.19. Análisis comparativo de las experiencias La Fontana e Irotama del Sol	60
2.20. El debate en las asambleas de propietarios.....	63
3. MACROINDICADORES DE LA SOSTENIBILIDAD DE UN DESTINO TURÍSTICO EN RELACIÓN CON LA HOTELERIA PARALELA	65
4. ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS Y PLANES DE DESARROLLO LOCALES RESPECTO A LA HOTELERIA PARALELA	73
4.1. Reparto de Competencias en la formulación de la Política de Turismo.....	73
4.2. Puntos Focales, clave de la Política Nacional de Turismo	76
4.3. Revisión de la planificación que se ha dado en Santa Marta, con especial referencia al Plan sectorial de Turismo 2009- 2011	82
5. ANÁLISIS COMPARATIVO DE CASOS INTERNACIONALES DE OFERTA HOTELERA PARALELA	89
5.1. Experiencia de Cataluña en el manejo de la competencia desleal en el sector turístico.....	93
5.2. Hotelería alternativa en Francia: normas administrativas y tributarias para los apartamentos amoblados	95
5.3. Normas de extra-hotelería en Italia	101
5.4. La Hotelería Informal en México	108
5.5. Hotelería alternativa en Brasil: modalidad cama e café (bed and breakfast)	115
5.6. Marco normativo en la experiencia internacional.....	117
5.6.1. Marco normativo en Cataluña	117
5.6.2. Marco normativo en Francia.....	120
5.6.3. Marco normativo en Italia.....	122
5.6.4. Marco normativo en México	124
5.7. Conclusiones de la experiencia internacional.....	124

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



6. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA HABITACIONAL PARALELA DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	127
7. IMPACTO ECONÓMICO DE LA HOTELERÍA PARALELA DE EL RODADERO - SANTA MARTA	139
8. LINEAMIENTOS DEL MODELO DE INTERVENCIÓN	166
8.1. Generalidades	166
8.2. Turismo responsable en un país de leyes.....	166
8.3. Estrategias y políticas que responden a cada segmento del mercado.	167
8.4. Concertación y participación	168
8.5. Identificación de los actores que participan en la dinámica de este subsector ...	170
8.6. Lineamientos generales del modelo.....	172
8.7. Recomendaciones para la puesta en funcionamiento.	175
9. SOCIALIZACIÓN PROYECTO “ESTUDIO DE LA HOTELERÍA INFORMAL EN EL DISTRITO TURÍSTICO DE SANTA MARTA, PROPUESTA DE UN MODELO DE INTERVENCIÓN”	176
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	181
BIBLIOGRAFÍA.....	186
ANEXOS.....	200
Anexo 1. Lineamientos para la formulación de una NTS para el aseguramiento de la calidad	200
Anexo 2. Propuesta de Buenas Prácticas para la prestación del Servicio.....	203
Anexo 3. Del Capítulo 5. Tarifas ofertadas en la hotelería no formal.....	210



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Marco conceptual del destino turístico	17
Figura 2. Condiciones para un destino turístico competitivo.....	21



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Gasto Total estimado del turismo alojado en la hotelería paralela.....	65
Tabla 2. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales. Impactos ambientales. Consumo de energía Santa Marta y El Rodadero.....	66
Tabla 3. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Consumo de energía según.....	67
Tabla 4. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales. Impactos ambientales. Consumo de agua – El Rodadero –	68
Tabla 5. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Generación de basura	69
Tabla 6. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Impuesto de industria y comercio del sector hotelero 2005-2010.....	71
Tabla 7. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Impuesto predial de El Rodadero.....	72
Tabla 8. Gama de alojamientos por categoría y tipo de ejercicio en Italia	101
Tabla 9. Oferta de inmuebles para el servicio de alojamiento	129
Tabla 10. Oferta de alojamiento en El Rodadero y Rodadero Sur – 2009.....	130
Tabla 11. Índice de camas por habitación en El Rodadero y Rodadero Sur.....	130
Tabla 12. Tarifa promedio calculada de hotelería formal en El Rodadero y Rodadero Sur.....	131
Tabla 13. Tarifa promedio de la hotelería formal.....	132
Tabla 14. Porcentaje de ocupación mensual de la hotelería formal de Santa Marta, 2007 – 2008.....	134
Tabla 15. Porcentaje de ocupación de la hotelería formal en El Rodadero y Rodadero Sur.....	134
Tabla 16. Porcentaje de mercado nacional y extranjero.....	135
Tabla 17. Nacionalidad de los visitantes de El Rodadero y Rodadero Sur	136
Tabla 18. Porcentaje de mercado nacional y extranjero. Hotelería formal.....	136

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Tabla 19. Porcentaje de mercado nacional y extranjero por rangos tarifarios. Hotelería formal	137
Tabla 20. Motivos de viaje. Hotelería no formal	137
Tabla 21. Motivos de viaje. Hotelería formal	138
Tabla 22. Motivos de viaje. Hotelería formal	138
Tabla 23. Porcentaje de turistas según motivo de alojamiento por rango tarifario. Hotelería formal	139
Tabla 24. Gasto turístico estimado. Estadísticas descriptivas	152
Tabla 25. Calidad percibida. Comparativo de percepción de calidad:	155



LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Consumo de agua – El Rodadero	68
Gráfico 2. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Generación de basura	70
Gráfico 3. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Impuesto de industria y	71
Gráfico 4. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Calificación de factores.....	73
Gráfico 5. Tarifa promedio de hoteles según nivel tarifario	131
Gráfico 6. Porcentaje de Ocupación. Variación 2007 - 2008.....	133
Gráfico 7. Índice de Ocupación.....	135
Gráfico 8. Perfil socio demográfico y nacionalidad.....	142
Gráfico 9. Perfil socio demográfico y departamento de residencia	142
Gráfico 10. Perfil socio demográfico y género.....	143
Gráfico 11. Perfil socio demográfico y edad.....	143
Gráfico 12. Perfil socio demográfico y estado civil	144
Gráfico 13. Perfil socio demográfico y nivel educativo	144
Gráfico 14. Perfil socio demográfico y ocupación u oficio	145
Gráfico 15. Perfil socio demográfico y nivel de ingresos familiares mensuales	145
Gráfico 16. Perfil socio demográfico y modalidad de alojamiento	146
Gráfico 17. Perfil socio demográfico y motivo de viaje	146
Gráfico 18. Perfil socio demográfico y frecuencia de visita a la ciudad en el último año	147
Gráfico 19. Perfil socio demográfico y motivos de otros viajes a la ciudad durante el último año.....	147

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Gráfico 20. Perfil socio demográfico y época del año preferida para viajar a la ciudad	148
Gráfico 21. Decisión de compra y preferencia de alojamiento.....	148
Gráfico 22. Decisión de compra y razón de preferencia de alojamiento	149
Gráfico 23. Decisión de compra y medios de información para elección de alojamiento en apartamentos o casas de alquiler	150
Gráfico 24. Decisión de compra y cualificación del grupo	150
Gráfico 25. Decisión de compra y número de personas que componen el grupo.....	151
Gráfico 26. Decisión de compra y estadía.....	151
Gráfico 27. Gasto turístico estimado y gasto promedio diario (Persona)	153
Gráfico 28. Gasto turístico estimado y gasto promedio diario (Grupo)	153
Gráfico 29. Gasto turístico estimado y gasto promedio estadía (Grupo)	154
Gráfico 30. Calidad percibida. Percepción de satisfacción de servicios: Hotelería convencional vs. Hotelería paralela	156
Gráfico 31. Calidad percibida. Posibilidad de reiteración en el uso de servicios de hotelería paralela	157
Gráfico 32. Calidad percibida. Razón de posibilidad de reiteración de uso de servicios de hotelería paralela	157
Gráfico 33. Calidad percibida. Preferencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje	158
Gráfico 34. Calidad percibida. Razón de referencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje	158
Gráfico 35. Calidad percibida y Recomendaciones	159
Gráfico 36. Incidencia del nivel de ingreso sobre otras variables. Motivo de viaje a la ciudad en el último año, por nivel de ingreso	160
Gráfico 37. Nivel de ingreso y otras variables. Preferencia de alojamiento por nivel de ingreso.....	161
Gráfico 38. Nivel de ingreso y otras variables. Razón de preferencia de alojamiento por nivel de ingreso.....	162

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Gráfico 39. Nivel de ingreso y otras variables. Posibilidad de reiteración en el uso de servicios de hotelería paralela por nivel de ingreso.....	163
Gráfico 40. Nivel de ingreso y otras variables. Preferencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje por nivel de ingreso	164
Gráfico 41. Nivel de ingreso y otras variables. Razón de preferencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje por nivel de ingreso	165



PRESENTACIÓN

A partir de la propuesta de Cotelco - Capítulo Magdalena, la Universidad del Magdalena preparó la propuesta de investigación para ser presentada al Fondo de Promoción Turística de Colombia y en consulta con el Viceministerio de Turismo, Cotelco Nacional y diversos expertos, se definieron los objetivos; y se diseñó una metodología que permitiera el logro de dichos objetivos.

Se trataba de responder a las inquietudes que la competencia desleal de la hotelería no registrada está generando a los empresarios que cumplen con sus deberes legales, al mismo tiempo que se buscaba atender a las inquietudes de las autoridades distritales acerca de los impactos ambientales, sociales, de riesgos para la seguridad y de evasión fiscal que la actual situación está generando.

Por esas razones, se diseñó la propuesta respectiva que sirvió de soporte al contrato con el Fondo de Promoción Turística y que la Universidad condujo en lo referente a la conformación del grupo de investigadores, del equipo de alumnos encuestadores y de consultas con las autoridades, organizaciones y gremios interesados.

En esas condiciones, mediante contrato la Universidad del Magdalena se comprometió a generar los siguientes productos:

1. Realizar un inventario y estimar los principales indicadores que permitan la medición del impacto económico-social que genera la hotelería convencional y paralela.
2. Realizar un análisis comparativo con base en experiencias internacionales de servicio de alojamiento no formal, que se estableciera como referente.
3. Identificar, delimitar geográficamente y cuantificar la oferta habitacional paralela de Santa Marta – Zona El Rodadero.
4. Socializar los resultados del estudio y formular el perfil del proyecto con el objeto de ejecutar las acciones identificadas en el modelo resultante de la etapa de investigación.



Reconocimientos

Queremos agradecer al señor Viceministro de Turismo Dr. Oscar Rueda García por su acompañamiento del proceso en todas sus etapas.

Al Dr. Jaime Alberto Cabal Sanclemente Presidente Nacional de Cotelco y al Dr. Omar Hernán García, Presidente de Cotelco-Magdalena, quienes facilitaron todas las condiciones de acceso a información, en particular al facilitar la asistencia del equipo investigador al Seminario Internacional sobre Hotelería No Formal, realizado en Noviembre de 2009 en Bogotá. Cotelco -Nacional siguió con interés todo el proceso, aportó sus inquietudes y ayudó a contextualizar el desarrollo del trabajo en el marco de las necesidades globales del turismo nacional.

Al Dr. Juan Pablo Díaz Granados, Alcalde Distrital debemos agradecer el respaldo que brindó al equipo de investigadores para acceder a la información oficial y su asistencia a los eventos de socialización.

Al Dr. Ruthber Escorcía Caballero, Rector de la Universidad del Magdalena queremos reconocerle el compromiso institucional de la Universidad con esta investigación, que expresa la vocación de nuestra Alma Mater por acompañar todos los procesos que se orienten al mejoramiento de la calidad de vida, la sostenibilidad ambiental, la mayor gobernabilidad y la elevación de la competitividad de nuestra ciudad y región. Así mismo se reconoce el aporte realizado por la Vicerrectoría de Investigación de esta casa de estudios, en cabeza del Dr. José Henry Escobar, en facilitar los medios institucionales para llevar a cabo la construcción de esta investigación.

Hay que destacar el compromiso que el gremio hotelero mostró en todo momento para facilitar sus instalaciones para la realización de las reuniones de consulta y de trabajo, la apertura de las autoridades distritales para acompañar el proceso y el respaldo brindado al equipo de investigadores para encontrar facilidades de interlocución con las entidades que disponen de información atinente al proyecto (servicios públicos, catastro, etc.).

A los gerentes y administradores hoteleros señores Pedro Mesa -Hotel Tamacá, Mario Pinilla - Hotel Zuana, Ruben Darío Sossa - Hotel Irotama del Sol, Carlos Julio Kellman - Hoteles Estelar, Piedad Trillos y José Carrillo - Hotel Tayrona, Braulio Gómez - Hotel San Francisco, Yenncy Sánchez - Hotel Palmarena, Luis Bermejo - Hotel La Riviera, Herminda Páez - Hotel Arhuaco, Luis Herrera -Hotel La Guajira, Amparo Salazar Hotel Edmar, Rodrigo González – Hotel La Sierra, Ana Débora Acevedo – Hotel Mansión del Mar y Rosa María Berardinelli – Hotel Sorrento.

Finalmente Cotelco – Magdalena brinda un reconocimiento especial los jóvenes investigadores: Amy Camargo, Jairo Mendoza y Julieth Lizcano; por su entrega y disposición incondicional para llevar a cabo las tareas asignadas en el transcurso de esta investigación.



1. MARCO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO

La actividad turística es reconocida por su aporte a la generación de riqueza en las economías nacionales y locales que la desarrollan. En nuestro territorio se destacan los destinos con vocación turística en atención al atractivo que ofrecen sus recursos naturales, su biodiversidad, su patrimonio, sus manifestaciones culturales, la receptividad de los nativos, entre otros. Sin embargo existen serios riesgos de que estos atractivos tangibles e intangibles se deterioren por su aprovechamiento o uso desproporcionado y no controlado, a tal punto que estos mismos destinos, otrora de inmenso valor turístico, se degraden, hasta quedar relegados a posiciones de inferioridad en el entorno competitivo, en atención a la pérdida de la capacidad para atraer a potenciales viajeros. En estas condiciones se afecta la comunidad local, el capital social, la inversión, la infraestructura básica, la conectividad, el desarrollo del tejido empresarial y otros factores conexos a la actividad turística.

Indudablemente la alternativa a esta situación indeseable es el desarrollo planificado, concertado, incluyente y sistémico de la actividad turística, en un territorio receptor. En otras palabras debe corresponder a una política de desarrollo sostenible de la actividad turística sustentada fundamentalmente en la armonización y el equilibrio de lo socio-cultural, ambiental y económico. Resulta importante entonces establecer los umbrales y asegurar su cumplimiento de las capacidades de carga, de igual manera propender por el desarrollo del capital social, por la oferta de productos y servicios de calidad suficientes que perciba el turista, hacer prevalecer el respeto por el medio ambiente y asegurar una rentabilidad para los empresarios del turismo, como para aquellos que se benefician de esta actividad.

Así, con base en estos principios se desarrolló el presente estudio como respuesta a la creciente preocupación de las autoridades públicas, la academia, los gremios, los gestores y empresarios de la actividad turística que se desarrolla en Santa Marta, específicamente en la zona de El Rodadero por la proliferación descontrolada de una oferta extra-hotelera que actualmente ejerce una competencia desleal a la hotelería convencional y que, por no estar regulada, expone al mercado turístico a negociar en condiciones de indefensión y vulnerabilidad. Curiosamente esta amenaza pone en riesgo la rentabilidad y la inversión patrimonial de los mismos dueños de apartamentos.

Entonces, el objetivo del **Estudio de la hotelería paralela en el distrito turístico de Santa Marta: propuesta de un modelo de intervención** es identificar la oferta habitacional que presta servicios de forma paralela a la hotelería convencional en el Distrito Turístico de Santa Marta, medir su impacto económico y social, cualificar la oferta mediante la georreferenciación



en el área de estudio y las características de su demanda y realizar un análisis comparativo de las mejores prácticas internacionales para el manejo de la hotelería paralela. A manera de anexo se presentan los lineamientos generales para la formulación de un modelo de intervención y una propuesta de Buenas Prácticas para la prestación del Servicio. Los anexos permiten de una parte, apoyar la formalización de la hotelería paralela a la luz de la legislación vigente y de otra insertarla en la cadena de valor del destino para su actuación productiva, en torno a su propia competitividad y la del destino con condiciones de calidad y sostenibilidad.

1.1. Orientación general del estudio

Antes de iniciar la presentación de las premisas básicas que orientan el desarrollo de éste análisis conviene precisar algunos conceptos que sirven de marco para su desarrollo.

La Organización Mundial del Turismo (Sancho, 1998 p. 44) define el turismo como el sector que “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. La definición destaca los conceptos de desplazamiento, permanencia transitoria, origen y destino, cuyo ejercicio proporciona las condiciones de producción que satisfaga las necesidades que por esta actividad se generan.

Así las cosas, el turismo como un fenómeno interdimensional, que considera aspectos políticos, sociales, económicos, culturales y ambientales, es complejo y en consecuencia su estudio se debe abordar desde una perspectiva multidisciplinaria. Su dinamización debe integrar actores y actividades que se proyecten mediante la combinación y actuación de cada uno de ellos, de tal forma que sus resultados apoyen el territorio sobre el cual se genera la actividad turística. Con este carácter de fenómeno complejo, se considera la dinámica sectorial actuando como un sistema donde sus elementos presentan interrelación e interactúan en la búsqueda de un objetivo común. Autores como Boullón (2002) y Sessa (2004), han analizado el turismo bajo esta configuración, conformado además por una serie de subsistemas, lo cual implica que su funcionamiento y análisis debe tener una mirada integral. (Sessa, 2004 p. 9). lo analiza “como un conjunto heterogéneo de actividades productivas. En la medida en que se enfrentan a una magnitud agregada de la misma naturaleza que el PIB, es obvio que sólo cabe aplicar un análisis macro”

En esta forma y con una mirada funcional y de mercado, se identifican dos subsistemas: el que corresponde al objeto turístico y al sujeto o turista. El primero con elementos decisivos para la conformación del producto turístico

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



desde la óptica de la oferta: atractivo turístico, prestadores de servicios turísticos, infraestructura y superestructura. La escuela americana (CICATUR - OEA) identifica la primera de las categorías representada por recursos que motivan el desplazamiento, la segunda por los prestadores de servicios turísticos cuya producción se identifica como el micro producto o producto - empresa, la tercera, aunque no se considera de uso exclusivo para el sector, está constituida por las vías de acceso, servicios básicos y señalización. Finalmente, la superestructura conformada por las organizaciones de apoyo que desde lo público, orden nacional, regional o local, o privado, soportan a empresas y destinos para alcanzar condiciones de competitividad mediante su gestión en aspectos de política, planificación, financieros, de mantenimiento y adecuación de atractivos, de seguridad, formación y capacitación, y agremiación, entre otros.

El segundo subsistema está conformado por el consumidor que por diferentes motivos de viaje visita el destino haciendo uso de los servicios que éste ofrece disfrutando del patrimonio cultural y natural.

Esta breve visión, permite afirmar que el estudio del turismo, su planificación y gestión debe comprender los diferentes sistemas que intervienen y que se relacionan, dando origen a la actividad turística. Los cambios en los diferentes sistemas son entradas a los procesos del turismo, lo cual hace necesario que los modelos de desarrollo adoptados consulten la dinámica de los mismos.

En este sentido, la visión sistémica del turismo corresponde a una de las premisas a tener en cuenta en el desarrollo del presente estudio, que concibe la gestión del destino a partir de las actuaciones de todos los actores y considera la actividad turística como el resultado de las interacciones de los elementos de la demanda, la oferta y la comunidad receptora en el territorio.

Otro concepto que actúa como hilo conductor del estudio, es la conformación del producto turístico diseñado mediante la integración de servicios y atractivos, bajo condiciones de calidad y sostenibilidad de tal forma que constituya una ventaja competitiva para el destino, considerando los recursos culturales y naturales que podrían incorporarse y la interrelación de los prestadores que intervienen en el producto.

Medlik y Middleton (1973) citados por Jiménez, (1986 p. 142) describen “el producto turístico como una experiencia completa desde que el turista deja su casa hasta que regresa a ella”. Jiménez *et al* p.117 retoma a Sessa quien plantea que el turismo “Es un producto compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que a efectos de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas”, posteriormente la Organización Mundial de Turismo



afirma que es “el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores” (OMT, 1998).

Así las cosas, el producto se inserta en un espacio territorial que conforma el destino turístico definido como “la unidad de planificación y gestión del territorio que como espacio geográfico delimitado, define imágenes y percepciones determinantes de su competitividad en el mercado turístico. El destino turístico se caracteriza por la presencia de atractivos, infraestructura básica, planta turística superestructura y demanda como un conjunto de bienes y servicios turísticos ofrecidos al visitante o turista en la zona y por diversos grupos humanos entre los cuales se encuentra la comunidad local” (NTS 001-1, 2006 p.9)

Figura 1. Marco conceptual del destino turístico



Fuente: Elaboración propia

En este sentido, el destino debe generar la capacidad de atracción suficiente para inducir el desplazamiento, en primera instancia, y satisfacer las necesidades del viajero de tal forma que se prolongue la visita, se genere la repetición del viaje o se cree la demanda referida logrando su posicionamiento en el mercado, condición que se encuentra en relación directa con la calidad y sostenibilidad¹.

¹ La Organización mundial del Turismo define la sostenibilidad como:

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Otro concepto que se considera importante esbozar en este aparte ya que da marco al estudio sobre la hotelería no formalizada en el sector de El Rodadero en Santa Marta, hace referencia a la competitividad del turismo.

Diferentes autores han definido la competitividad en relación con otras variables y su aplicación depende del ámbito de referencia si se trata del país, sector, empresa, tipo de producción, cadenas productivas o cadenas de valor, entre otras referencias.

Harvard Business School anota que la competitividad es la “habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos.” Otros la definen como la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales (Urrutia, 1994).

Desde el punto de vista empresarial significa “la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”². Complementa esta visión el aporte del European Management Forum, 1980, citado por Garay (2004), en el sentido de que analiza la competitividad industrial en términos de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes con características superiores a la oferta de los competidores. Ello otorga un papel preponderante al mercado, ya que este es quien decide sobre el mejor nivel en términos de comparación con los otros oferentes. Se menciona, con la aclaración de su posibilidad de adaptarla al turismo, como sector terciario de la economía.

En forma general, retomando diferentes estudios sobre el tema, una de las formas más simples de definir la competitividad, parte del concepto de productividad, como la capacidad para generar valor a los diferentes actores que se relacionan con la actividad productiva, de tal forma que sus factores se

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia interculturales.
3. Asegurar actividades económicas viables en el largo plazo que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.” OMT 2004. Disponible en <http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>

² Alic, 1987: 5, citado por Bejarano, No. 2, 1998: 63.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



constituyan en complemento a las condiciones de entorno.” (Departamento Nacional de Planeación. CONPES 3527, 2008 p. 5) Dando origen a la reflexión sobre las ventajas comparativas y competitivas.

Estos conceptos analizados desde la competitividad sistémica según Meyer – Stamer (1990) indican que en el primero, las ventajas competitivas se dan al interior de las empresas (nivel micro) y en las relaciones directas entre ellas mediante los eslabonamientos verticales y horizontales y la generación de productividad colectiva, redes empresariales, proyectos conjuntos y otras formas de desarrollo apoyadas por los actores internos y externos, lo que plantea una clara visión de la actuación de las unidades productivas bajo el concepto de cadena de valor.

A nivel meso, las ventajas competitivas comunes se generan por la infraestructura local especializada; la presencia y actuación de las instituciones de apoyo (educación, tecnología); la estructura productiva y las políticas nacionales, regionales y sectoriales.

El entorno empresarial y las instituciones de los niveles meso y micro tienen una gran importancia originada en los cambios tecnológicos, la gestión de clientes y mercados, la innovación y en general la gestión de los factores internos en busca de la creación de ofertas de valor. Las alianzas empresariales a nivel micro y las relaciones de cooperación tanto formales como informales entre las empresas y los conjuntos de instituciones relacionados – nivel meso – constituyen el inicio del sistema de análisis de la competitividad a la luz de esta postura donde el estado y los actores sociales desarrollan las políticas de apoyo específico.

La visión macro (nivel meta) la aportan las políticas nacionales en lo fiscal, tributario, de flujos internacionales, marcos legales y políticos, entre otros; parte de la integración social, con la disposición para afrontar la dinámica de la competitividad con proyección y sostenibilidad, de tal forma que se dé una orientación tendiente a la solución conjunta de problemas. “La formación de estructuras a nivel de sociedad, como complemento de las del plano económico, eleva la capacidad de los diferentes grupos de actores para articular sus intereses y satisfacer entre todos los requerimientos tecnológicos y organizativos, sociales, ambientales y los que plantea el mercado mundial” (Meyer-Stamer, 1996 p. 39).

A partir de esta visión se observa que los enlaces de valor no se limitan a estructuras y factores de desarrollo entre productores y consumidores, o entre los primeros exclusivamente. Es necesario contar además, con las estructuras públicas y privadas organizadas y la sociedad, de tal forma que unos y otros actúen como factores endógenos de la competitividad.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



El Documento CONPES 3527 (2008: p. 6), refiere 3 niveles que facilitan el aumento de la competitividad para el país: “(1) la provisión de bienes públicos que juegan el papel de insumos de producción para mejorar la productividad y competitividad de las firmas colombianas, (2) la promoción de alianzas productivas público-privadas, y (3) el fomento de la dimensión regional de la competitividad.” A partir de una mayor productividad, aumento de la calidad y transformación que permita la diversificación de sectores de producción y su posicionamiento en escenarios nacionales e internacionales.

En este orden, se plantea para Santa Marta DTHC, zona de El Rodadero, la necesidad de contar con una adecuada estructura que supone el ordenamiento territorial del destino y las actuaciones públicas y privadas orientadas bajo los principios de cadena de valor en busca del destino competitivo. El documento de política del sector turístico plantea cinco ejes de trabajo:

1. El fortalecimiento de la gestión y la sostenibilidad de los destinos turísticos estratégicos colombianos;
2. El mejoramiento de la calidad y sostenibilidad de los servicios y destinos turísticos; la consolidación de la seguridad turística, higiene, y salubridad como retos competitivos para mejorar la percepción, imagen y calidad de los productos y servicios turísticos colombianos.
3. El fortalecimiento en las capacidades y competencias del talento humano que requiere el sector turístico;
4. La promoción de acciones interinstitucionales y de cooperación público privada en materia de infraestructura turística, garantizando una eficiente dotación, regulación y acceso a los mercados turísticos;
5. El mejoramiento de las condiciones de acceso de turistas nacionales y extranjeros a los servicios y destinos turísticos de la oferta nacional.

En éste sentido se considera ilustrativa la definición de calidad que hace la Organización Mundial del Turismo (2003) como el “Resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptado, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno natural”.



Figura 2. Condiciones para un destino turístico competitivo



Fuente: Elaboración propia

Otra consideración del estudio hace referencia a la posibilidad de aumentar la productividad, competitividad y los beneficios compartidos por todos los actores de la cadena de valor, de tal forma que cada uno de los actores contribuya en este objetivo de desarrollo.

Se considera fundamental para la construcción y dinamización de la cadena de valor el establecimiento de objetivos comunes, el reconocimiento de sus conformantes en la participación de la gestión del destino y la existencia de beneficios concretos para las unidades que la conforman. Requiere el compromiso de todos los participantes en el control de los factores que afecten la calidad y consistencia del producto lo cual implica procesos de mejoramiento continuo y a la adopción de mejores prácticas de desempeño. Su orientación debe hacer tránsito desde la satisfacción de las necesidades del consumidor hasta la creación de valor para el mismo. Es trabajar desde la demanda antes que desde la oferta, atendiendo los constantes cambios y expectativas de la misma.

Sobre lo anteriormente esbozado, se puede afirmar que la cadena de valor como estrategia de desarrollo actúa desde lo microempresarial hasta lo sectorial, desde lo local hasta lo regional, nacional o internacional, es decir, con una visión global, y desde lo individual a lo asociativo. En esta forma la identidad productiva local, dará paso a desarrollos empresariales y a las esferas de la competitividad sistémica o articulación de la cadena de valor.



1.2. Cualificación de la oferta habitacional paralela de Santa Marta

La localización de la hotelería paralela se adelanta mediante la georreferenciación de los puntos de localización de los edificios de la zona de El Rodadero y El Rodadero Sur, en el Distrito de Santa Marta. La información primaria base del ejercicio espacial, fue aporte de cada uno de los administradores de los edificios del área de estudio, recolectada mediante la aplicación del criterio de tiempo de arrendamiento de los apartamentos por períodos inferiores a 30 días, atendiendo la definición de la Ley 1101 de 2006, que caracteriza los contratos de arrendamiento para establecimientos de alojamiento.

El análisis de las características de la demanda de dichos apartamentos, se adelantó mediante la aplicación de una encuesta a los turistas en la zona de El Rodadero y Rodadero Sur que utilizaron la hotelería paralela como medio de alojamiento, y se analizaron variables socio demográficas referentes a la edad, género, estado civil, nivel educativo, ingresos familiares y ocupación u oficio. Desde el punto de vista turístico, se consideraron la nacionalidad, lugar de residencia, motivo principal del viaje, frecuencia de visita a Santa Marta, época del viaje, factores de decisión del viaje, composición del grupo, gasto turístico, preferencias de alojamiento, percepción de calidad del alojamiento y de las condiciones ambientales del destino.

1.3. Benchmarking

Se realizó una exploración de experiencias internacionales relacionadas con el tema de la denominada *intrusión* de la oferta extrahotelera, cuyos contenidos y reflexiones se anotan en un acápite de este estudio.

1.4. Modelo de Intervención

El estudio plantea un modelo de intervención que busca que las viviendas turísticas u otro tipo de hospedaje no permanente, como inmuebles destinados a la prestación de servicios turísticos, una vez formalizados, interactúen y aporten al desarrollo del destino turístico del Distrito Turístico, Cultural e Histórico Santa Marta, como actores que complementan la oferta de servicios, partícipes de la competitividad del sector y por ende del destino.

Con el fin de proponer los lineamientos generales para el modelo se tienen en cuenta las principales variables para la gestión del destino y se identifican las misiones de los actores que en él actúan bajo la mirada del desarrollo turístico como un sistema conformado por atractivos, prestadores, infraestructura y organizaciones con sus respectivas actuaciones y relaciones.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



De esta forma el modelo que se concreta mediante líneas de actuación práctica, considera como eje transversal la participación y la concertación con los actores sectoriales, y tendrá como objetivo general promover la sostenibilidad y competitividad turística del destino a partir de la inclusión formal de las viviendas turísticas en la oferta de alojamiento del destino.

En este sentido, los lineamientos del modelo de intervención planteados en el estudio se soportan en:

1. La consideración de la actividad turística como el resultado de interacciones vistas en forma integral, donde los elementos de la demanda, la oferta, la comunidad receptora y el territorio interactúan.
2. Observación de las normas legales y técnicas que regulan la actividad.
3. Oferta de productos turísticos diseñados mediante la integración de servicios y atractivos, donde la autenticidad constituya una ventaja competitiva, considerando los recursos culturales y naturales que podrían incorporarse y la interrelación de los prestadores que intervienen en el producto.
4. Desarrollo sostenible del turismo como una condición de la actividad que integre los aspectos ambientales, socioculturales, económicos y propenda por la satisfacción del turista.
5. Productividad, competitividad y beneficios compartidos para todos los actores de la cadena de valor.
6. Concertación y actuación por parte del sector público y privado.

Las orientaciones de intervención se esbozan desde dos momentos:

1. Acciones iniciales ante el estado actual, que reporta un orden de 3.782 apartamentos que actúan como alojamiento no formal con diferentes niveles de confort, dotación, servicios y tarifas, en busca de la formalización mediante acciones que complementen la legislación actual sobre el tema.
2. Una vez formalizada la oferta se plantea un segundo momento de intervención que apoya éste tipo de alojamiento con propuesta para su desarrollo organizacional bajo criterios de calidad y sostenibilidad, principios de la cadena de valor y aspectos de mercadeo, promoción y comercialización mediante la segmentación de la demanda y la diferenciación.

El Plan de desarrollo turístico de Santa Marta, identifica dentro de su árbol de problemas la baja calidad en la prestación de servicios turísticos generada por la informalidad y los bajos niveles de formación del talento humano dedicado a

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



la actividad. Como respuesta plantea dentro de los objetivos de desarrollo, la mejora en los niveles de calidad a partir de la formalización de los prestadores que actualmente no tienen esa categoría y la integración del sector hotelero, acciones que deberán ser complementadas con asistencia técnica especializada para cada subsector del turismo de tal forma que adapten su oferta a estándares de calidad y características y preferencias del segmento que atienden.

En este sentido contar con una Norma Técnica Sectorial³ que oriente la operación bajo estándares de calidad por parte de las viviendas turísticas será de gran apoyo a la competitividad.

La ciudad se identifica como un destino con oferta de diferentes tipologías, sin embargo ésta condición de *multidestino* debe ser analizada en forma particular a partir de la valoración de su oferta (atractivos, servicios, infraestructura y marca), de tal manera que sea susceptible de colocar en el mercado a cada uno de los segmentos identificados con un direccionamiento claro y efectivo. En esta estrategia de desarrollo, la hotelería del destino (formal y la que actualmente opera de modo informal, una vez se formalice), encuentra una gran oportunidad, al orientar su oferta de servicios y precios según cada tipología.

Recordemos que el destino no se conforma sólo por sus atractivos de carácter natural o cultural sino que la posibilidad de servicios y actividades conlleva al posicionamiento del mismo; se resalta la nueva tendencia de las corrientes turísticas al querer disfrutar en forma activa del destino y tener vivencias relacionadas con su oferta.

Lo anterior, pone de manifiesto la importancia de contar con una cadena de valor dinámica donde las alianzas operacionales y comerciales en torno a la oferta de valor para el turista se convierten en una de las estrategias de desarrollo que actúa en forma de espiral frente a otras acciones complementarias. En este orden de ideas, la visión del *producto/destino* deberá orientar las acciones de tal forma que la participación de todos los actores genere sinergia frente a los objetivos. La visión respecto a los alojamientos formales debe ser analizada e implementada teniendo en cuenta que los segmentos de mercado de unos y otros alojamientos tienen características diferentes, y la orientación de la oferta y el mercadeo debe dar respuesta a la preferencias de cada uno de los grupos.

En un destino como Santa Marta, la oferta hotelera informal es parte integral de la cadena de valor y ha crecido y logrado reconocimiento y valoración por parte del turista en forma paralela con la hotelería formal, razón por la cual el llamado

³ En adelante NTS.



a ser parte de los prestadores de servicios turísticos dentro de los parámetros legales constituye una oportunidad para el destino en busca de su competitividad y en forma particular atendiendo la clasificación que se otorga a El Rodadero dentro de las Áreas Turísticas de Actuación Especial para evitar su deterioro y lograr la recuperación de espacios para el uso turístico.

1.5. El Rodadero, ¿un destino turístico sostenible?

El Rodadero, famoso balneario de la ciudad de Santa Marta nació en 1954 bajo la voluntad del Brigadier General Rafael Hernández Pardo, entonces gobernador del Magdalena, quien visionó la potencialidad del turismo como eje de desarrollo local. Impulsó el desarrollo del sitio construyendo como vía de acceso la carretera sobre el Cerro Ziruma, y un hotel: el Tamacá (colombia.com, s.f.). Durante muchos años este sitio permitió la consolidación de la vocación turística de Santa Marta.

Más de 50 años después, el Rodadero es uno de los sitios turísticos más apetecidos tanto por el turismo doméstico como para los extranjeros que visitan Colombia. Su desarrollo turístico y urbanístico le permite contar con una planta hotelera de clase internacional así como con apartamentos que representan una oferta alternativa de hospedaje. Cuenta además con una extensa zona de playas, complementadas por una variada oferta de servicios turísticos.

Sin embargo, desde hace algunos años han surgido varios cuestionamientos acerca de la sostenibilidad de este nodo turístico. Si bien el desarrollo de esta zona parece haber tenido impactos positivos indudables sobre la economía local, su temprano desarrollo caracterizado por la falta de una planificación integral enfocada hacia un desarrollo turístico sostenible, conllevó a la generación de varios impactos negativos, tantos ambientales como culturales y sociales que podrían poner en peligro su calidad y competitividad, y en definitiva su capacidad futura para atraer turistas.

En el contexto internacional, el turismo es considerado una de las actividades humanas productivas que mayor crecimiento tuvo en las últimas seis décadas. Entre 1950 y 2005, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6.5%, y reportando más de 900 millones de llegadas internacionales para el año 2008. En cuanto a los ingresos, el crecimiento anual fue del 11.2% llegando a generar ingresos de 944 billones de dólares para el mismo año 2008. El turismo genera así más dinero que las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles y se convirtió en un motor de desarrollo socioeconómico para muchos países (OMT, 2009).

Hasta los años ochenta el desarrollo de esta actividad se realizó a través de un modelo conocido como *turismo masivo*. Este modelo cumplió con algunos de

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



sus propósitos en términos de desarrollo económico favoreciendo la creación de empleo, la captación de divisas, permitiendo mejoras en las balanzas de pagos, generando además un efecto multiplicador que benefició a muchos otros sectores conexos, tales como la construcción, la agricultura, las telecomunicaciones, entre otros.

Sin embargo, la explotación turística se ha caracterizado también por un sinnúmero de externalidades negativas, las cuales han afectado el medio ambiente y culturas locales, lo que lo hizo calificar por algunos autores como un “*turismo depredador*”, y al final como una práctica no deseable, expresión de un “neocolonialismo”.

Esta dicotomía está claramente expresada por Schulte (2003) al afirmar que:

“Este sector (el turismo) puede tener efectos positivos, pero también negativos. Entre los positivos está la creación de empleo, el incremento de los ingresos económicos, el permitir mayores inversiones en la conservación de espacios naturales, el evitar la emigración de la población local, la mejora del nivel económico y sociocultural de la población local, la comercialización de productos locales, el intercambio de ideas, costumbres y estilos de vida.

Entre los efectos negativos, tan importantes como los positivos, está el incremento del consumo de suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales, la alteración de los ecosistemas, la introducción de especies exóticas de animales y plantas, el inducir flujos de población hacia las zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y de la diversidad cultural, el aumento de la prostitución (turismo sexual), el tráfico de drogas y las mafias, más incendios forestales y el aumento de los precios que afecta a la población local, que a veces pierde la propiedad de tierras, casas, comercios y servicios”.

Frente a estas realidades y tomando en cuenta las perspectivas del turismo planteadas desde la OMT, las cuales prevén un crecimiento continuo del número de turistas (la OMT prevé 1.6 billones de llegadas internacionales para el 2020) nace la necesidad para el turismo de desarrollarse a través de un

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



nuevo modelo, el cual tendría que cumplir con el paradigma del desarrollo sostenible. De no ser así, el desarrollo turístico llevaría consigo la ruina de los destinos.

Para tratar de orientar el desarrollo turístico hacia sus efectos positivos, limitando sus efectos negativos, se adaptó el concepto de desarrollo sostenible a la actividad turística. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible es “concebido como aquél que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida” (OMT, 1995).

En la Agenda 21 para la industria del turismo, la cual plantea los lineamientos para que el turismo pueda cumplir con determinados parámetros se plasmó que, “los productos del turismo sostenible son productos que operan en armonía con el ambiente local, la comunidad y las culturas, de modo que estas se conviertan en beneficiarios permanentes” (WTTC, 1995).

De esta manera se entiende el turismo sostenible como un turismo que “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro” (OMT, 1995).

El turismo sostenible no se entenderá entonces como otra modalidad de turismo (como lo pueden ser el turismo de sol y playa o el turismo de congreso y convenciones), tampoco se puede reducir su campo de acción al solo turismo en relación con los espacios naturales. Se trata en realidad de una expresión del “cómo” se tiene que hacer turismo. De esta manera el turismo sostenible puede y debe aplicarse a todas las modalidades de turismo.

En lo que respecta a Santa Marta, se visionó desde hace varios años que “gran parte del turismo europeo y norteamericano se inclina por sitios exóticos, donde prevalecen las condiciones para disfrutar del turismo de aventura, el ecoturismo y el acuaturismo. Este es un segmento de mercado ideal, considerando las numerosas ventajas competitivas de que dispone Santa Marta.” (Báez Ramírez, 2000).

En caso de querer atraer un turismo nacional y extranjero de alto perfil la sostenibilidad del destino es imprescindible. Para enfatizar y concluir esta primera parte acerca de la importancia de la sostenibilidad en el turismo, se puede recordar el argumento de Lipman (2006), actual Secretario Adjunto de la OMT, quien declaró que “Si el turismo no crece en forma sostenible, no merecemos que crezca”.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Como herramienta para ayudar a los administradores del turismo -sean ellos del sector público o privado-, en su tarea de planificación integral hacia un turismo sostenible, la OMT en colaboración con varias agencias de certificación en turismo sostenible elaboró en el 2008 los *Criterios Globales de Turismo Sostenible*. Los cuales ofrecen “a los programas gubernamentales, no-gubernamentales y privados un punto de partida para construir requisitos de turismo sostenible”. Representan el principio de un proceso para establecer la sostenibilidad como la práctica modelo en todas las formas del turismo. Los criterios indican lo que se debe hacer, fijan el rumbo que seguir para ser sostenibles turísticamente. Se organizan alrededor de cuatro temas principales:

- ✓ La planificación eficaz para la sostenibilidad;
- ✓ La maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local;
- ✓ El mejoramiento del patrimonio cultural, y
- ✓ La reducción de los impactos negativos sobre el ambiente.

Tomando entonces esos elementos como punto de partida, se propone ahora realizar un análisis del nivel de sostenibilidad del Rodadero a través de los elementos definidos en los *Criterios Globales de Turismo Sostenible*.

Tal como lo identificó Shulte (2003) en la *Guía Conceptual y Metodológica para el Desarrollo y la Planificación del Sector Turismo*, el desarrollo turístico sostenible resulta de un proceso voluntario que debe generarse desde los territorios y desde las comunidades residentes a través de la planificación del turismo. Esta deberá tener un carácter integral, tomando en cuenta lo económico, lo ambiental, lo social y lo cultural, cumpliendo así con el paradigma de la sostenibilidad. Más allá, los proyectos deben tener el asentimiento de todos los actores del territorio, identificando sus necesidades y en definitiva el tipo de desarrollo que deseen.

Además, la planificación turística, a manera de un “anti azar”, tratará de imaginar y tomar en cuenta, en la medida de lo posible las externalidades negativas relacionadas con diferentes tipos de escenarios y deberá permitir la definición de soluciones de desarrollo compatible con las características del territorio. Estas soluciones deben ir hasta el abandono de algunos escenarios de desarrollo no deseable por su alto nivel de impactos negativos o solamente no deseados porque no responden a las aspiraciones de los residentes; ya que



La finalidad de la planificación debe ser la orientación del desarrollo del turismo hacia su sostenibilidad.

En lo que tiene que ver con su desarrollo turístico, El Rodadero careció de planificación integral desde el principio de su desarrollo. Nunca existió y todavía no existe un sistema de gestión de la sostenibilidad en el largo plazo que se adecúe a su realidad y escala, y que considere temas ambientales, socioculturales, de calidad, salubridad y seguridad. El desarrollo urbanístico del lugar (hoteles o edificios) nace de una necesidad de incrementar la oferta del balneario en relación con el incremento de la demanda de servicios turísticos. En ningún momento se realizó el ejercicio de imaginar y de organizar su futuro. Su crecimiento nunca fue realmente organizado u ordenado de manera integral. Acerca de este tema Báez Ramírez (2000, p. 45) plantea que “al examinar la evolución en las últimas décadas de la ciudad es posible detectar que Santa Marta no ha contado con un plan de desarrollo urbano, social y económico paralelo a la expansión de su actividad turística, lo que ha conducido a una gran cantidad de limitaciones en infraestructura y en servicios de apoyo”.

De esta falta de planificación nacen varios problemas. La misma comunidad de El Rodadero identificó durante la mesas de trabajo del **Plan Estratégico de Turismo para Santa Marta 2009-2011** (en adelante PETSM) que existen problemas recurrentes relacionados con la mala calidad de los servicios públicos. Es de entender que si la red de abastecimiento de agua y energía eléctrica, o el sistema de alcantarillado no prevé una proyección del desarrollo urbanístico y turístico a futuro es muy probable que los mismos lleguen en un momento a ser deficientes cuantitativamente y en definitiva presenten una situación de colapso: “...la cobertura y calidad de los servicios públicos es insuficiente...” (Báez Ramírez, 2000 p. 45) .Resulta entonces que en muchas ocasiones, la actividad turística pone en peligro la provisión de servicios básicos (tales como agua, energía o saneamiento) para el balneario y las comunidades vecinas.

La misma comunidad residente reconoce también esta falta de planeación como un elemento determinante cuando piden que se formule e implemente un Plan Zonal Rodadero Gaira (PETSM, 2009).

De la misma manera que no existe planificación del sitio, a fortiori El Rodadero carece de un instrumento de observación continua que nos pueda informar sobre las realidades del turismo y sus impactos económicos, ambientales o socioculturales. Si bien la planificación consta de una fase de elaboración y toma de decisiones en vista de determinar un futuro deseado, producto de un consenso, el ejercicio no se puede limitar al establecimiento de un documento. Implica también una fase de implementación y por encima de todo una fase de

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



gestión y control; para este fin se necesita un instrumento que permita medir los efectos y logros del mismo. De esta manera, si los efectos no son los previstos y en la realidad provoquen externalidades negativas sobre el medio ambiente o sobre el tejido socio cultural, lo administradores del turismo tendrán la capacidad de hacer los cambios necesarios a la reorientación de la actividad hacia la sostenibilidad, lo que otorga al plan un buen nivel de flexibilidad.

Para la evaluación de los diferentes componentes del turismo, o del buen cumplimiento de los objetivos del plan se hace entonces imprescindible contar con una herramienta de información que defina en un primer paso, a través de un diagnóstico integral que se constituya en una línea base; es decir, puntos de referencia, y que permita evaluar la evolución de los mismos a posteriori. Para cumplir con esta tarea se crean los observatorios turísticos. No existe tal sistema de investigación permanente en la ciudad y, a fortiori tampoco en El Rodadero. Sin este sistema de información la toma de decisiones racionales y adecuadas es imposible; así mismo será inimaginable tener algún control sobre el futuro.

Tomando en cuenta que no tenemos una información exacta acerca del nivel de sostenibilidad del balneario, se hace necesario hacer una evaluación empírica de la realidad, una evaluación que se realizará a través de comentarios de miembros de la comunidad así como de observaciones personales. De esta manera, se formulará una aproximación de la sostenibilidad del destino en relación a los tres ejes de la sostenibilidad turística: la perspectiva económica y social, la cultural y la ambiental.

En lo que tiene que ver con la perspectiva económica es indudable que la presencia del balneario representa un atractivo importante que en sí genera un flujo de turistas domésticos durante las temporadas turísticas colombianas.

Se debe recordar que un elemento clave para la sostenibilidad económica es la satisfacción del turista. La sostenibilidad económica de un destino turístico reside principalmente en su capacidad de atraer turistas en el largo plazo. Existe una relación directa entre la fidelidad de un consumidor para un producto o un servicio y la satisfacción que le pueda generar su consumo. De la misma manera, es la calidad de la experiencia vivida por el turista que podrá generar su satisfacción y por ende su regreso hacia el destino.

Los servicios turísticos que se prestan en El Rodadero muestran varias falencias, las cuales además de impedir la captación de mayores ingresos pueden resultar como un elemento de insatisfacción por parte del turista. Hace falta puntos de información turística y materiales promocionales precisos y completos. Esta carencia caracteriza también instalaciones apropiadas para ciertas actividades deportivas, limitación en la oferta de servicios náuticos, así

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



como algunas deficiencias en servicios de atención al cliente, traducción y guía.

Otro de los problemas reside en el alto nivel de informalidad y el apoderamiento del espacio público, lo que genera un desorden continuo. Este problema fue resaltado ya en el 2000 por Báez Ramírez, quien en la época decía que “el espacio público en muchos de los sitios turísticos más concurridos se caracteriza por la presencia de actividades informales y mendigos”. Más recientemente en el 2009 miembros del sector turístico resaltaban que existe una “proliferación de vendedores ambulantes y estacionarios,... venta de comidas en la playa sin el cumplimiento de las normas de manipulación de alimentos;... en temporada se incrementa el número por la cantidad de vendedores que vienen de fuera de Santa Marta y son los que terminan sacando mayor provecho” (El Informador, 2009).

El alto nivel de informalidad es visto por los comerciantes y prestadores de servicio legalmente constituidos como una competencia desleal. Otro de los problemas relacionado con la escasa organización y el escaso control por parte de las autoridades locales tiene que ver con un mal uso del espacio público. Piden los empresarios del lugar que “un control efectivo en los establecimientos que obtienen permisos como tiendas y posteriormente terminan convertidos en bares y cantinas” (El Informador, 2009).

En términos de calidad de experiencia turística, esta informalidad representa también un grave problema. Al caminar por sus calles, el turista está literalmente azotado por vendedores de toda clase de servicios, paseos turísticos, etc.; llegando a la playa, el turista se ve solicitado también por un sin número de vendedores ambulantes; incluso al entrar al agua, se ve obligado a abrirse camino entre barcos e inflables puestos al servicio de otros turistas. Si bien es entendible y diríamos deseable que cada samario se beneficie del turismo y que éste pueda representar una fuente de desarrollo unipersonal a través de microempresas, la no organización de esta oferta genera un desorden que va en contra de la buena experiencia del turista y de la imagen del destino.

En ese mismo orden de ideas, el hospedaje informal, entendiéndose por esto el alquiler de apartamentos en temporadas turísticas, es denunciado por los profesionales del turismo, en particular los miembros del gremio hotelero. Este asunto es ahora tema de una investigación para tratar de caracterizar mucho más a fondo y de encontrar una vía a su formalización. Sin embargo, no se debe perder de vista que estos sistemas de hospedaje, alternativos a la hotelería tradicional, una vez formalizados representan una respuesta a un cierto perfil de turista que recibe el destino, como bien lo comentó Báez Ramírez (2000):

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



“Las mejoras en la infraestructura vial del país y de la Costa elevaron las posibilidades de acceder a estos destinos por vía terrestre. Como resultado, se presume que hoy en día una gran proporción del flujo de turistas que arriban a Cartagena y Santa Marta lo hacen por vía terrestre, y que en su mayoría son nacionales pertenecientes a las categorías de ingreso medio y medio-bajo. Este tipo de turistas, al responder a unas características económicas más limitadas, encuentra en la hotelería paralela una oportunidad de hospedaje más favorable...”

En este sentido la hotelería paralela no podrá dejar de existir ya que representa una posibilidad de turismo social que posibilita el acceso al destino a miles de colombianos de clases económicas medianas que de otra forma no podrían disfrutar del destino. Es importante recordar que el turismo es un derecho y que las opciones elitistas que cerrarían las puertas del destino a los menos afortunados no son legítimas dentro de un paradigma de sostenibilidad turística.

Sin embargo, si bien el servicio de hospedaje alternativo encuentra su justificación, será con su condición de informalidad que tendremos que lidiar, ya que al explotarse informalmente esta actividad no se reporta ningún tipo de beneficios tributarios a la ciudad. Si bien existe un impacto positivo sobre las actividades comerciales y de servicios de alojamiento informal, también es cierto que hay un escaso control sobre la calidad de la prestación. En definitiva, la informalidad es perjudicial para la competitividad de la ciudad como destino turístico de primer nivel.

Existen también problemas de movilidad y de congestión del tráfico en las temporadas turísticas. Acerca de este tema resaltan los miembros de la comunidad y del sector productivo que:

“El mal estado de las vías a causa de trabajos que hacen en las calles y rompen el pavimento y no lo vuelven a resanar; el parqueo a lado y lado de las calles y carreras que afecta la movilidad y ocasiona trancones, especialmente en los días de gran afluencia de visitantes [...] Otro de los asuntos para los que se pidió la atención urgente de la Administración y de la Policía Nacional es la relacionada con las mototaxis en el balneario, y la circulación de bicicletas y cuatrimotos.” (El Informador, 2009).

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Se resaltó también que el servicio de transportes especiales es insuficiente. Por otra parte existen muchos buses con alto niveles de escape de gases, disminuyendo así la calidad del aire. En definitiva, hay que reconocer que no existe un proyecto claro de movilidad para El Rodadero (PETSM, 2009).

Se identificó por otra parte una cierta falta de sentido de pertenencia. Los participantes en las mesas de trabajo para el Plan Sectorial de Turismo de Santa Marta en el 2009 identificaron que definitivamente el turismo no ha sido integrado del todo por la idiosincrasia local. Al final esto genera una falta de interés para el tema. Más allá, no se da la importancia que se merece a los temas de sostenibilidad turística.

A título de ejemplo nos podemos referir a la poca afluencia a la jornada de capacitación acerca de buenas prácticas de sostenibilidad en la hotelería organizada convocada por Cotelco Magdalena. Se generan así fallas de gestión por parte de los operadores turísticos privados en lo que tiene que ver con las prácticas medioambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.

En cuanto a lo social, la comunidad está pidiendo que se fortalezcan las autoridades sociales para que puedan servir de apoyo a las autoridades locales y así generar iniciativas para el desarrollo comunitario social, es decir, la educación, la salud o el saneamiento (PETSM, 2009).

Uno de los beneficios del turismo que se acostumbra a resaltar en la mayoría de los análisis tiene que ver con la creación de empleo. Si bien es cierto que el turismo es una fuente de empleo importante, en primer lugar por su misma naturaleza de actividad de servicio “consumidora” de recursos humanos, resulta necesario interesarse en la calidad de estos empleos. Se resaltó por ejemplo que en muchas ocasiones estos empleos son precarios, mal remunerados y estacionales. Por otra parte, se hace énfasis en el hecho de que los cargos medios y de regencia no son ocupados por locales, los cuales son estancados en cargos básicos, de mesero, camarera, mantenimiento, etc., principalmente por su baja cualificación pero también por discriminación.

Además, el turismo local (como en muchos otros países) se caracteriza por un bajo nivel de respeto hacia la protección legal de los empleados, y en muchos casos los niveles de salario no les permite hacer frente al costo de vida.

En cuanto a capacitación del talento humano existe una cierta falencia tomando en cuenta que una buena parte del personal empleado en el sector tiene muy poco nivel de calificación, por lo que los servicios y en general la atención al cliente son deficientes (Báez Ramírez, 2000 p. 45).

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Es de anotar que los centros educativos encabezados por la Universidad del Magdalena tienen un papel importante que jugar en la generación de una mano de obra de alta calidad:

“Una primera labor es la de rediseñar los programas de las carreras de turismo a nivel superior a las exigencias de un desarrollo sostenible, de la globalización, de los multidestino, de la calidad total y del bilingüismo. En cuanto a la educación informal, deben existir programas de formación continuada para hoteleros, agentes de viajes, tour operadores, empresas de alimentos y bebidas, guías y taxistas entre otros, sobre turismo sostenible, inglés, ecoturismo, agroturismo, reciclaje, energías limpias, seguridad y muchos otros” (Aguilera, Bernal y Puentes, 2006).

El desarrollo de un turismo realmente sostenible representa una oportunidad de desarrollo; puede crear puestos de trabajo de buena calidad para la población local, los cuales además de empleados se pueden pasar posteriormente a convertirse en microempresarios de la cadena productiva turística, incluso con un nivel mínimo de inversión. De esta manera se generan niveles aceptables de salario y por consiguiente mejoras en calidad de vida de las comunidades receptoras. Además, la autoestima de la comunidad se eleva, la cual ve al turismo y al turista como un beneficio y se genera una implicación más profunda en cuanto a la generación de experiencias positivas para el turista, lo que le hará sentirse bienvenido y así mismo satisfecho.

En este orden de ideas sería interesante impulsar la generación de enlaces entre los grandes hoteles del destino y los pequeños empresarios locales para que estos desarrollen y vendan sus productos sostenibles, basados en la naturaleza, la historia y la cultura propios de la zona (lo que incluye alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.). Esta oferta respondería además a la demanda de los turistas extranjeros, muchos de ellos respondiendo al perfil del turista responsable, para los cuales es importante poder identificar de manera clara el beneficio directo que su acto de consumo turístico tiene sobre la población local.

Otro de los problemas relacionado con lo social tiene que ver con el trabajo infantil así como explotación comercial, especialmente de niños y adolescentes, y particularmente la explotación sexual. Si bien no existe una investigación formal que nos permita tener una idea exacta, la misma percepción de la comunidad y de las autoridades parece demostrar un incremento del problema.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



En lo que tiene que ver con lo ambiental podemos decir que un primer elemento preocupante está relacionado con la sobrecarga de visitantes durante las temporadas altas del turismo, sobrecarga que se puede observar por ejemplo en las playas del balneario y que generan contaminación. Se desarrollan actualmente investigaciones para evaluar los impactos y tratar de definir un plan de manejo para estas zonas de playas, pero en la actualidad no existe tal compromiso, y realmente las zonas de playas no responden a los estándares de calidad que se requieren hoy para obtener una certificación de playa, (estilo Blue Flag). De manera urgente se tiene que calcular y controlar sus capacidades de carga así como definir una reglamentación más agresiva relativa al uso de las zonas turísticas.

En cuanto al manejo de residuos sólidos no existe todavía ningún sistema que atienda al El Rodadero y que permita la separación y el mejor tratamiento de los desechos sólidos. Otro elemento de gran importancia es lo relacionado al consumo de agua y energía. Se deberían adoptar medidas para disminuir el consumo total, al mismo tiempo que se fomente el uso de la energía renovable.

Otro de los problemas que ha sido identificado en El Rodadero tiene que ver con la contaminación debido al ruido, cuyas fuentes son diversas. El tráfico de vehículos automotores en las arterias del balneario, además del uso indiscriminado de sus altoparlantes. En este sentido, no existe una política eficaz dirigida a reducir esta contaminación, y si bien los samarios en su mayoría están acostumbrados a un nivel de decibeles por encima de la normalidad, es necesario advertir que este tipo de contaminación puede afectar negativamente la experiencia de los turistas nacionales y extranjeros.

En cuanto a la conservación del paisaje, se aborda el tema de la construcción porque aparece como central en todo desarrollo turístico. Es interesante hacer referencia al Observatorio del Caribe Colombiano (1999) cuando afirma que:

“...el valor de suelo ha obligado a la economía de los espacios, y se matiza con el surgimiento de la nueva ciudad turística, desde el Rodadero hasta la quebrada El Doctor, que crece apretadamente en edificios y complejos multifamiliares y comerciales de concreto y vidrio, robándole al paisaje marino su belleza natural...”

Para un análisis más profundo de la parte de los diseños y construcciones de edificios tendríamos que verificar si cumplen con los requisitos locales de usos de suelo. Sin embargo, es de resaltar que en El Rodadero se empezó a promocionar un conjunto de casas bioclimáticas, haciendo así uso de técnicas apropiadas de construcción sostenible.



En lo que tiene que ver con lo cultural, es importante resaltar la deslocalización de los nativos a medida que el desarrollo de El Rodadero iba avanzando. Gaira era una hermosa bahía con playas inmensas de arena blanca poblada por pescadores. En mano de los promotores se ha convertido en una “ciudad” al lado del mar, eliminando toda belleza del paisaje natural, contaminando el entorno de manera irreversible y sobre todo, eyectando la población nativa de su hábitat tradicional. Hoy día existen casos de concesiones de playas que impiden el acceso de los residentes locales. Si bien el desarrollo se tiene que dar ¿será justo que se haga a costa de los pobladores locales?

En conclusión, el desarrollo turístico sostenible es un elemento clave para la perennidad, la calidad y la competitividad de los destinos turísticos. Para poder lograr esta sostenibilidad turística se tendrá que planificar el turismo de manera integral y estar atentos a los impactos del turismo. En lo que tiene que ver con El Rodadero, nos dimos cuenta de que el lugar no cumple con varios de los criterios de sostenibilidad, bien sea en lo económico, lo ambiental o lo cultural. Colombia tiene perspectivas muy prometedoras en cuanto al desarrollo del turismo, es el momento ideal para tomar nuevos rumbos para los destinos turísticos. Se propone entonces que se empiece por realizar en El Rodadero investigaciones serias que permitan diagnosticar el verdadero nivel de sostenibilidad del lugar, y tal como lo plantea la comunidad residente, se empiece a trabajar sobre una planificación integral del sitio con el ánimo de transformar a El Rodadero en un destino turístico sostenible.

2. LA INFORMALIDAD EMPRESARIAL Y LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL SECTOR HOTELERO EN COLOMBIA

En el marco del evento organizado por la OMT en la ciudad de Bogotá, el pasado mes de Noviembre de 2009, sobre el tema Competencia Desleal e Informalidad en el sector Hotelero y Turístico, donde hubo participantes de varios países de Latinoamérica y España, la Doctora María Carolina Lorduy, Directora de Regulación del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, explicó en su intervención las políticas de formalización que está llevando a cabo el gobierno nacional a propósito del problema de la informalidad empresarial y la competencia desleal.

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



este tema tiene muchas complicaciones y particularidades que dificultan el tratamiento del problema. No obstante, el objetivo y la estrategia de la administración es clara y se centra en conducir a los empresarios informales a que ingresen al mundo formal demostrándoles los beneficios de la formalización, y los costos de la informalidad, pero a la vez ofreciéndoles incentivos para la formalización (Mincomercio, 2009).

La informalidad tiene múltiples consecuencias sobre la economía en general, bien sea afectando la oferta y la calidad del empleo, las dificultades de acceso al crédito, la baja en la productividad de las empresas, los costos asociados a las sanciones debido al incumplimiento de las normas, el costo público que genera la necesidad de controlar la informalidad, el costo para el sistema de protección social que ha limitado en gran medida la sostenibilidad del sistema; y el desincentivo a la inversión producto de la competencia desleal (Mincomercio, 2009).

2.1. Acciones y políticas para el fomento de la formalización empresarial en Colombia

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha lanzado un Plan de Acción para la formalización empresarial, y aunque no se dirige específicamente a la formalización laboral, sí tiene un efecto positivo sobre esta.

El Plan de Acción tiene cuatro frentes sobre los cuales actuará.

1. El primero es la creación de incentivos regulatorios y beneficios para la formalización incluyendo la simplificación de los trámites, lo cual resulta muy interesante para el empresario que se quiere formalizar.
2. El segundo frente es brindar un acompañamiento a las Mipymes en el proceso de formalización.
3. El tercer frente se centra en difundir los beneficios de la formalidad, y los costos de la informalidad, dado que la orientación de la política está en la concienciación de que ser formal trae muchos beneficios y por el contrario ser informal traerá costos exagerados como el crédito caro, sanciones, los costos para la economía y para el fisco.
4. Finalmente el cuarto frente de acción será el mejoramiento de las herramientas de control. (Mincomercio, 2009).



2.2. Incentivos para la formalización empresarial

En primer lugar el Ministerio está siguiendo el ejemplo de otros países que mejoran los indicadores de clima de negocios a partir de la simplificación de trámites. Se ha buscado la forma de facilitar a los empresarios que hagan negocios, con resultados muy importantes dado que a nivel latinoamericano Colombia fue el país que mostró más mejoría en las facilidades para hacer negocios, según el Informe *Doing Business* (Banco Mundial, 2009).

Esto ha generado un gran incentivo a los empresarios informales a que ingresen a la formalidad, teniendo en cuenta que se están reduciendo los costos y los trámites para el proceso. Las reformas que se han implementado para reducir los costos y los trámites han sido la disminución del costo de registro de los libros a una tercera parte, la reducción del número de libros para llevar la contabilidad, la prohibición a las autoridades locales de exigir requisitos adicionales a los que están señalados en la ley para la apertura de establecimientos de comercio y la modificación en la práctica de las condiciones relativas a la creación de empresas con la Ley 1014 de 2006 (Mincomercio, 2009).

Un segundo incentivo es el consignado en el Decreto 3806 de Septiembre de 2009 donde se limitan convocatorias y licitaciones públicas, solo a Mipymes, permitiéndoles un acceso preferencial a un mercado de aproximadamente 6 billones de pesos, para prestar servicios o bienes al Estado con ciertas condiciones, para cuantías inferiores a 750 SMMLV, y convocatoria de mínimo 3 Mipymes con domicilio en el lugar de ejecución del contrato (Mincomercio, 2009).

El tercer incentivo que se puso en marcha fue la creación de la modalidad de las Sociedades por Acciones Simplificada (SAS) que permite un grado importante de flexibilidad reduciendo los requerimientos mínimos de los tipos societarios clásicos.

También se reducen los costos de la conformación de este tipo de sociedades: las SAS pueden constituirse por uno o por varios accionistas que pueden ser personas naturales o jurídicas; sin importar el monto de capital de la sociedad, ni el número de empleados. Además, para su constitución o reforma, se facilitará el trámite al hacerlo mediante un documento privado; y adicionalmente no se exige un revisor fiscal, debido a que basta con el contador público. En cuanto al objeto social, este puede ser indeterminado haciéndolas más flexibles; en el tema de la responsabilidad, sus socios solo la asumen hasta el monto aportado; y finalmente gozan de total libertad para fijar sus propias reglas administrativas (Mincomercio, 2009).



Un cuarto incentivo que se ha otorgado a las Mipymes es la gradualidad en el pago de los costos parafiscales en sus primeros tres años de operación. Según el Decreto 525 de 2009 las Mipymes que utilicen la Planilla Integrada de Aportes Laborales (PILA), tendrán una reducción en el pago de parafiscales que en el primer año será del 75%, en el segundo del 50%, en el tercero de 25%, y solo hasta el cuarto año deberán pagar la totalidad de sus obligaciones parafiscales. No obstante debido al desconocimiento por parte de los empresarios de la existencia de este descuento, no ha sido utilizado en la dimensión que se esperaba (Mincomercio, 2009).

El quinto incentivo es la nueva Ley Contable 1314 de Julio de 2009 con la cual se inicia el acople con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). En el caso de las Mipymes, esta ley les permite usar un sistema de contabilidad simplificada que se ajusta con los estándares internacionales de contabilidad para Pymes (Mincomercio, 2009).

Finalmente, el último mecanismo es la Ley 1340 de 2009 sobre protección a la competencia. Esta Ley se centra en otorgar competencias a la Superintendencia de Industria y Comercio para que pueda actuar en las investigaciones administrativas, así como en la imposición de multas, en la adopción de decisiones administrativas por infracciones ante la protección de la competencia, y también en la vigilancia administrativa del cumplimiento de las disposiciones sobre competencia desleal (Mincomercio, 2009).

2.3. Acompañamiento a las Mipymes en el proceso de formalización

Este segundo frente de acción está representado en el desarrollo de programa nacional denominado *Rutas Empresariales para la Formalización* que se ha iniciado en la Cámara de Comercio de Cali, y que se ha implementado en otras Cámaras de Comercio en todo el país teniendo un impacto muy importante. El programa tiene dos componentes:

- ✓ El primero es el de las *rutas micro* para la formalidad, que trata de incentivar a la formalización.
- ✓ Una vez logrado este primer objetivo, entra en acción el segundo componente conocido como *rutas micro* para el fortalecimiento que se trata de un acompañamiento en el proceso de formalización y en el mejoramiento de la actividad formal (Mincomercio, 2009).

Otra herramienta que apoya y acompaña a las Mipymes en el proceso de formalización es el concepto de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), que son “espacios abiertos en las universidades donde las Mipymes puedan



encontrar servicios integrales de apoyo para la consolidación de sus proyectos productivos y el crecimiento de sus empresas.” (Mincomercio 2009).

Esta herramienta encuentra su utilidad debido a que gran parte de la informalidad empresarial se debe al desconocimiento y desinformación sobre cómo formalizarse, por lo que el mecanismo de los CDE ha resultado muy productivo a la hora de aumentar la formalidad empresarial puesto que estos brindan a los pequeños empresarios toda la información y acompañamiento que necesitan de manera gratuita o poco costosa, ya a que al ser espacios universitarios, están financiados por los mismos centros educativos (Mincomercio, 2009).

2.4. Difusión de los beneficios de la formalidad y los costos de la informalidad

En este frente se trata de combatir el problema de la falta de información o la mala información que hace que el empresario tema a la formalidad, o que le parezca excesivamente complicado el trámite o que no conozca los perjuicios que le podría traer el ser informal. Algunas de las herramientas que se han creado bajo esta línea de acción son la Cartilla de Sociedades por Acciones Simplificadas, la Cartilla de Iniciación Formal, la Cartilla de Acceso al Pago Gradual y Pagos Parafiscales, la Guía Técnica de Formalización Empresarial, la Guía Técnica Colombiana para el Desarrollo de Denominaciones de Origen, la Norma Técnica Colombiana para la Gestión de la Calidad para Talleres de Automotores, el Boletín del Consumidor, y diferentes mensajes institucionales con empresarios formales (Mincomercio, 2009).

2.5. Informalidad y competencia desleal: aspectos generales

La relación que se puede establecer entre informalidad y competencia desleal se da en ambas direcciones: las empresas informales generan competencia desleal a las empresas formales, sin embargo la competencia desleal no necesariamente es generada sólo por las empresas informales, debido a que muchas veces se practica por parte de empresas que cumplen con todos los requisitos de la formalidad.

A través de la Ley 256 de 1996 o también conocida con la Ley sobre Competencia Desleal, se busca garantizar la libre y leal competencia económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participan en el mercado. En otras palabras los participantes en el mercado deben respetar en todas sus actuaciones el principio de la buena fe comercial, el uso honesto en materia



industrial o comercial y el respeto a la libertad de decisión del comprador o consumidor. Esta ley define en su artículo séptimo que la competencia desleal es “todo hecho o acto que resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o cuando esté encaminado a afectar o afecte la libre decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.” (Ley 256 de 1996).

Hay unas prohibiciones particulares en la Ley 256 de 1996, que si bien presentan algo de confusión, ayudan a delimitar los actos que constituyen casos de competencia desleal:

- ✓ Actos de desviación de la clientela (si son contrarios a las sanas costumbres mercantiles)
- ✓ Actos de desorganización
- ✓ Actos de confusión
- ✓ Actos de engaño
- ✓ Actos de descrédito
- ✓ Actos de comparación
- ✓ Actos de imitación (cuando genere confusión)
- ✓ Explotación de la reputación ajena (signos distintivos, denominaciones de origen)
- ✓ Violación de secretos
- ✓ Inducción a la ruptura contractual
- ✓ Violación de normas
- ✓ Pactos desleales de exclusividad

2.6. El caso del sector turístico

En materia impositiva, los hoteles y los alojamientos formales deben pagar el impuesto de renta, el impuesto al patrimonio, el IVA del 10% para el



alojamiento y del 16% sobre alimentos y bebidas, los avisos y tableros, el impuesto predial y las contribuciones parafiscales. Adicionalmente, los formales mantienen su oferta durante todo el año, por lo que sus tarifas deben incluir todos los costos de servicios públicos, empleados, mantenimiento etc. de periodos de baja ocupación (Mincomercio, 2009).

2.7. Conclusiones de la experiencia colombiana

Después de haber revisado la situación actual de la informalidad, sus costos, consecuencias, y la política del Gobierno frente a este problema, encontramos varias conclusiones.

El costo de la informalidad empresarial, de la competencia desleal y de la ilegalidad es muy alto para el desarrollo económico colombiano. En el ámbito turístico afecta a todos los actores, incluyendo a los empresarios informales. Sin embargo, los más afectados con la competencia desleal son los empresarios formales que deben asumir costos mucho mayores que los de los informales, y que además deben asegurar estándares de calidad que requieren un esfuerzo adicional.

Los turistas también son afectados por una baja calidad del servicio turístico, y en ocasiones su seguridad se ve amenazada por la clandestinidad de la oferta ilegal. En cuanto al destino turístico, este presenta costos derivados de la informalidad como la caída de la imagen turística del lugar, la falta de colaboración por parte de la oferta ilegal en los planes de mejoramiento del destino turístico, la evasión de una importante cantidad de impuestos, y la reducción de la calidad de vida de los trabajadores, lo cual puede causar descomposición social.

En Colombia, las políticas implementadas han identificado a la informalidad y a la competencia desleal como problemas prioritarios del orden económico. Por lo tanto han estado encaminadas a corregirlos mediante una estrategia basada en la información, en la promoción, en los incentivos, en el acompañamiento a la formalidad hacia la formalización, y en la prohibición y sanción de la ilegalidad.

Resulta muy positivo que la administración le esté dando un tratamiento prioritario, lo cual da cuenta de la importancia del problema y también de la voluntad de la administración para resolverlo.

Varias de estas políticas son muy recientes para ser evaluadas, sin embargo se evidencia que buscan formalizar mediante la flexibilización de los requisitos y trámites. Debe cuidarse el balance entre facilidad y control, puesto que un



exceso de facilidades podría generar conductas en los empresarios que reducirían el efecto social positivo de la formalidad.

Adicionalmente, en el tema de la hotelería paralela o del intrusismo, la idea de la promoción y la flexibilización pueden funcionar, pero como herramientas dentro de un programa más amplio, puesto que el problema sigue siendo mucho más extenso, y obedece a otras problemáticas adicionales más allá de los trámites difíciles y el alto costo de ser formal, hay dinámicas sociales y económicas, y condiciones legales que también deben ser tenidas en cuenta.

2.8. Desarrollo y análisis jurídico: el concepto de intrusismo y la competencia desleal: generalidades y marcos de acción internacional

El profesor Mateo Estrella define la competencia desleal como un desajuste del sistema y del funcionamiento del mercado, pues su existencia implica la vulneración de algún derecho, sobre todo si el carácter de esta deslealtad proviene de una irregularidad (Estrella, 2009).

Según el profesor Sergio Castell existen dentro del concepto *intrusismo* tres situaciones distintas: el intrusismo total, el intrusismo parcial y el intrusismo expansivo. El primero hace alusión a la situación relacionada con el alojamiento en el sentido de que éste actúa fuera del marco legal. En el segundo caso el alojamiento no cumple con unos estándares de calidad y en el tercero actúa con servicios no legalizados (Castell, 2009).

A partir de las definiciones anteriores encontramos que el término de intrusismo es aplicable a diversas manifestaciones de lo que llamamos competencia desleal. El crecimiento del sector turístico trajo consigo la oferta de alojamientos u hospedajes que se apartan de los cánones aceptados por la comunidad internacional en materia de hotelería. Se tiene entre las causas de este fenómeno el dinamismo del sector, la diversificación turística, los cambios en la comercialización, entre otros. El problema de la competencia desleal no es un problema que afecte únicamente al empresario turístico, pues el sector turístico de manera integral sufre perjuicios (pérdidas de ingresos fiscales, falsedad en datos estadísticos), el usuario recibe un mal servicio y por último se soslayan las obligaciones laborales que se derivan de una práctica comercial formal. Para combatir este creciente fenómeno de la competencia desleal se han establecido una serie de estrategias que podríamos resumir así: un marco de regularización y otro de actuaciones administrativas.

Lo primero que se ha implementado fueron las leyes generales de turismo, los reglamentos, los decretos y las resoluciones. En general los cuerpos

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



legislativos de los distintos estados ante el reconocimiento del problema del intrusismo han actuado en salvaguardia de los derechos del usuario, y en general por la defensa del sector turístico. Se ha emprendido una lucha de legalización e incorporación de nuevas normas regulatorias.

En el marco de la actuación administrativa se otorgan unas competencias legales a distintas autoridades para implementar acciones de inspección y policía turística, y la facultad de establecer sanciones a los infractores.

La regularización a través de la legalización ha conducido a que se creen reglamentos únicos. Este es el caso de Perú, Bolivia, Venezuela, donde se pretende abarcar todos los apartamentos o viviendas prestadoras del servicio de alojamiento turístico.

También se encuentra la regularización a través de reglamentos específicos, que determinan las especialidades de cada alojamiento, como es el caso de España. El líneas generales los distintos estados donde la actividad turística es un renglón básico de la economía ha establecido paulatinamente un sistema administrativo con gran poder sancionatorio, y unas normas expansivas que pretenden fomentar las buenas prácticas comerciales.

Otra expresión y quizá una de las más importantes de la regularización, apunta a la creación de la policía administrativa y a los planes de inspección turística.

La policía administrativa actúa como un cuerpo de vigilancia y comprobación del cumplimiento de la normatividad turística. Al mismo tiempo es un cuerpo asesor de los usuarios y prestadores del servicio y actúa como una fuerza disuasiva, pues su permanencia en el sector obliga a la formalización evitando prácticas clandestinas que puedan ser objeto de sanciones.

También encontramos la puesta en marcha de los planes de inspección turística, que se realizan anualmente o de manera extraordinaria, y buscan básicamente detectar prácticas de competencia desleal, elevar la calidad del servicio y servir como cuerpo asesor. Como se constata hoy, la apuesta por la regularización es creciente sobre todo, en América Latina debido a las prácticas ilegales usadas contra la competencia, el estado y el usuario que es en última instancia quien más afectado resulta por estas conductas.

2.9. Análisis jurídico: Ley 300 de 1996, Ley 1101 de 2006, Decreto 2590, acuerdo 002 de 2007.

El Gobierno Nacional a través del Viceministerio de Turismo ha venido implementando una serie de medidas legales y administrativas en aras de



reducir los niveles de informalidad turística. El Viceministerio del ramo ha hecho uso de las herramientas legales consignadas en Ley 300 de 1996, el Decreto 503 de 2002, la Ley 1101 de 2006, y en las demás normas territoriales. Para el caso pertinente plantear un análisis de las normas citadas y su implicación en la actividad informal de la hotelería.

La primera norma a tener en cuenta es la Ley 300 de 1996 que es la norma superior en materia turística en Colombia; allí se establece en el Artículo 71, la posibilidad de establecer sanciones a los prestadores del servicio que operen sin estar debidamente registrados. Esta disposición hay que armonizarla con el Artículo 72 de la Ley 300 de 1996 que establece las sanciones pertinentes que van desde la amonestación y pagos de multas, hasta el cierre definitivo del establecimiento. Es de anotar que la clausura del establecimiento está radicada en cabeza del Alcalde, quien deberá implementar en su circunscripción mecanismos de control y vigilancia a la actividad turística (secretariasenado.gov.co).

En virtud del Artículo 62 la Ley 1101 de 2006 la inscripción en el registro Nacional de Turismo es una condición *sine qua non* para poder operar en el ejercicio turístico, bajo el riesgo de que la omisión del mismo genere las sanciones previstas en los artículos señalados (secretariasenado.gov.co).

También el Decreto 2590 establece la necesidad de que los reglamentos de propiedad horizontal deben ser reformados, a fin de que se establezca de manera categórica en los estatutos la autorización para el ejercicio de la actividad de residencia turística. Aquí es necesario aclarar que el Viceministerio amplió el plazo a los dueños y administradores de apartamentos para realizar la reforma estatutaria, tomando en consideración las múltiples inquietudes que se presentaron en distintas partes del país.

También es necesario, según el Decreto mencionado, que los propietarios o administradores reporten el alojamiento de extranjeros dentro de la propiedad horizontal al Departamento Administrativo de Seguridad (DAS).

2.10. Normatividad Distrital en Santa Marta

El Congreso de la República expidió la Ley 300 de 1996 cuyo fin primordial fue la regulación de la actividad turística en Colombia, en consideración a la gran importancia que había adquirido este sector en el ámbito económico, social y cultural. De ahí que en el Título Primero Artículo 1 de la Ley 300 de 1996 se enunciara “La Importancia de la Industria Turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.” (secretariassenado.gov.co).

La ley precitada expresa en su Artículo 2 sobre los principios en el Numeral 3 lo siguiente: “Descentralización. En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencias y se desarrolla por las empresas privadas y estatales según sus respectivos ámbitos de acción” y en el Numeral 8 de la misma disposición se dice “protección al consumidor. Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por partes de las entidades públicas y privadas.” (secretariassenado.gov.co).

Consciente de estas decisiones normativas, el gremio hotelero, agrupado en la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco), empezó una serie de actuaciones legales y cuestionamientos críticos a la Administración Distrital pues se presentaron dos hechos que desconocían abiertamente la ley: no había desarrollo de un marco normativo que regulara los postulados precitados, con el agravante de que se estaba desarrollando de manera vertiginosa una prestación del servicio hotelero por parte de apartamentos privados sin someterse a los criterios legales y a los estándares de calidad que requiere la actividad turística y Santa Marta como destino de gran demanda nacional e internacional.

Los argumentos del sector formal podrán expresarse de la siguiente manera: se reconocía que la capacidad hotelera era insuficiente para la demanda lo cual estimulaba más el negocio de la hotelería informal, sin embargo antes que pensar en la prohibición, era necesario pensar en la regulación. También se destacaba el problema de la saturación que genera sobre los servicios públicos el exceso de personas ocupando los apartamentos de alquiler y la infraestructura de servicios para los requerimientos de los turistas.

Sumado a lo anterior, los hoteleros informales desconocían y eludían la obligación tributaria, la necesidad del Registro Nacional de Turismo y otra serie de circunstancias que se enmarcan dentro de la competencia desleal.

Estas consideraciones y antecedentes llevaron a este sector representado en Cotelco Capítulo Magdalena a presentar una propuesta ante el Consejo Distrital de Santa Marta, que analizando los antecedentes avocó el conocimiento del asunto dándole participación a los distintos actores involucrados en el creciente fenómeno de la hotelería informal.

El documento legal que nace a raíz de esta problemática es el Acuerdo 002 de Mayo 8 de 2007 “por el cual se establece la regulación aplicable a los servicios de vivienda turística y se dictan otras disposiciones”.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Como se ve, Santa Marta es pionera en crear un marco regulatorio para el caso de la hotelería informal, tanto que el Decreto 2590 de 2009 de carácter nacional recoge en parte las normas aplicables en el ámbito local, y las vuelve obligatorias para todo el territorio nacional donde se ejerza la actividad turística, dado el ámbito de competencias del decreto reseñado (www.cotelco.org.omt2009.memorias/.oscarrueda.ppp).

El Acuerdo 002 es un acto administrativo expedido por el Consejo Distrital de Santa Marta, fruto de los antecedentes reseñados, y es un acuerdo que tiene su base en la Ley 300 de 1996 y en la Ley 1106 de 2006.

La estructura del acuerdo es la siguiente: tiene 5 capítulos, 21 artículos que podemos caracterizar de la siguiente manera:

- ✓ Acerca de los prestadores de servicios turísticos, se abordan los sujetos pasivos de la obligación legal trayendo a colación las disposiciones de la Ley 300 de 1996. Se definen los términos temporales en los cuales se entiende estar frente a los servicios de vivienda turística y cierra definiendo el contrato de hospedaje con sus características peculiares, y se aclara que la categoría contractual se rige por la Ley 300 de 1996 y no por la Ley 820 del 2003 que es aplicable al arrendamiento de la vivienda urbana.
- ✓ En el Capítulo II del Acuerdo se establecen los requisitos necesarios para la prestación de los servicios de vivienda turística en edificaciones de propiedad horizontal: aquí se establece como obligatoria la modificación de los reglamentos de propiedad horizontal, y se pone de presente la obtención del Registro Nacional de Turismo como condición previa para el ejercicio de la prestación de vivienda turística. Nótese que el Decreto 2590 del 2009 en el Artículo 1 Parágrafo 1 en su último inciso lo hace extensivo para todo el territorio nacional.
- ✓ En el Capítulo III se establecen las tarjetas de registro que obliga a los administradores de la propiedad horizontal, prestadores de servicio a llevar un control de los usuarios del servicio, en relación con su nacionalidad, lugar de destino, fecha de entrada, fecha de salida. La norma busca tener un control efectivo de los sujetos usuarios del servicio turístico pues antecedentes presentados en las ciudades turísticas (Cartagena, San Andrés) han demostrado que muchos turistas esconden tras de sí unos designios delictivos. La competencia para realizar dichas tarjetas se entrega a la Alcaldía Distrital pudiendo la misma de delegarla en otra dependencia de menor jerarquía.



- ✓ Otro asunto abordado es el de la capacidad máxima de ocupación: se establece en el Acuerdo Distrital la necesidad de que se realice un estudio por parte de la Alcaldía Distrital, teniendo en cuenta la superficie construida como la capacidad del servicio público domiciliario, básicamente las condiciones técnicas y ambientales para preservar la calidad del apartamento. El Consejo Distrital le entrega una potestad al alcalde para que dentro del término de 6 meses expida el decreto pertinente, teniendo claro que debía ceñirse a los lineamientos del Acuerdo 002 del 2007, en el artículo 11. El alcalde distrital expide posteriormente el Decreto 231 de fecha 02 de Octubre de 2007, que reglamenta parcialmente el acuerdo 002 del 2007.

El decreto busca establecer unos estándares de capacidad de carga y frenar los sobrecupos que se presentan en los apartamentos prestadores de servicios de vivienda turística. Para tal fin se crea una tabla que jerarquiza los apartamentos de acuerdo al área, alcobas y baños y a partir de ahí determina la capacidad de carga. El Parágrafo 1 expresa que “bajo ninguna circunstancia una vivienda turística podrá ser ocupada por un número mayor de personas a lo autorizado en la anterior tabla de estándares y la Policía Nacional se encargará de asegurar la observación de esta disposición” (santamarta-magdalena.gov.co/apc-aa-files.gaceta).

Como se ve el fundamento de esta norma es evitar los casos de hacinamiento y sobrecupo, donde 10 o 12 personas se hospedan sin tener en cuenta los problemas de higiene, salubridad y ambientales que ello genera.

No recoge el Decreto 2590 este aporte normativo de los entes territoriales. Sin embargo queda de presente que cada corporación pública tiene facultades, para establecer -vía acuerdo- unas disposiciones que consulten las realidades locales. Por eso la Ley 300 de 1996, resalta el principio de la descentralización, entendiendo que ciudades distantes de la capital ejercitan la actividad turística.

En este mismo capítulo se obliga a los prestadores del servicio turístico a llevar los registros de extranjeros turistas, de lo cual tiene conocimiento el DAS, instancia que tiene la facultad de requerir a los propietarios, administradores poseedores de pensiones, hospedajes etc., la entrega de la información tal como lo contempla el Artículo 87 del Decreto 4000 del 2004, sobre fecha de llegada y salida, nombre del usuario, profesión, documento de identidad, nacionalidad. La misma exigencia se establece para los establecimientos acerca de los datos de los turistas nacionales.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



El Artículo 17 del Acuerdo 002 del 2007 entrega la potestad y vigilancia para el cumplimiento de las normas turísticas y principalmente del Acuerdo, a la Policía Nacional y a la Oficina de Turismo de carácter Distrital.

Para la implementación de la norma será necesario capacitar a los integrantes de la Policía Nacional y del Distrito, pues las revisiones e inspecciones demandan conocimiento del Acuerdo y del Decreto del Alcalde, so pena de que la aplicación de dicha regulación se haga sólo mediante el uso de la fuerza. Podría pensarse en una Policía exclusivamente turística, que complementaría a las funciones de seguridad pública.

El Capítulo IV del Acuerdo 002 del 2007 establece las competencias para radicar la inscripción del Registro Nacional de Turismo, además faculta a la Alcaldía para adelantar los trámites de modificación de la propiedad horizontal. También se encuentra una remisión al Estatuto Distrital de Policía, a efecto de que se establezcan las sanciones de rigor a aquellos operadores que no se allanen a cumplir los lineamientos del Acuerdo 002 del 2007, la Ley 300 y las normas complementarias (www.cotelco.org.omt2009.memorias/oscarrueda.ppp).

También se establece que la actividad de vivienda turística es de naturaleza comercial, por lo tanto sujeta al gravamen de industria y comercio de conformidad con el Estatuto Tributario Distrital.

El Capítulo V define la entrada en vigencia del artículo y la derogatoria de las normas que son contrarias.

En conclusión, el Acuerdo Distrital es una norma de carácter local que respondió a las constantes quejas que venían presentándose por parte de Cotelco Capítulo Magdalena y un número representativo de usuarios del sector turístico de El Rodadero. Dicho Acuerdo Distrital tramitado en el Consejo Distrital de Santa Marta ha servido para que el Gobierno Nacional implemente normas de carácter nacional (Decreto 2590 del 2009, entre otros) que ha venido a regular un fenómeno creciente en las ciudades turísticas colombianas (www.secretariasenado.gov.co).

De tal forma que hoy el Acuerdo 002 del 2007 y el Decreto 231 del mismo año tienen vigencia y no se conoce ninguna de la jurisdicción contenciosa administrativa que las haya retirado del ámbito jurídico.

En el derecho se presentan un problema de eficacia normativa, cuando una norma tiene existencia o vigencia, pero sus postulados no se están aplicando, eso es lo que ocurre con estas disposiciones pues hasta el momento los prestadores informales de vivienda turística no han respetado a cabalidad el



acervo normativo vigente, razón para decir que no es un problema de ley ni las autoridades se han ocupado de asegurar su implementación.

2.11. La cuestión tributaria: generalidades y análisis

Todo derecho implica correlativamente una obligación, afirmación de la cual se entiende que la formalización empresarial en el sector de las viviendas y apartamentos turísticos con servicio hotelero supone asumir responsabilidades tributarias que en primera instancia son un sano ejercicio de lealtad comercial y un cumplimiento del cometido constitucional consagrado en el Artículo 95 de la Constitución Política de 1991, que establece un deber de contribuir con el funcionamiento y los gastos del Estado (www.secretariasenado.gov.co).

Los hoteleros formales tienen estas obligaciones enmarcadas en disposiciones legales de variada índole. Es así como el Artículo 40 de la Ley 300 de 1996, modificado por el Artículo 1 de la Ley 1101 de 2006 establece que las contribuciones parafiscales tienen una liquidación trimestral y el valor es de 2,5 pesos por cada mil pesos de ingresos operacionales. Si se lee con detenimiento el acervo legal sobre el ejercicio de la actividad turística es muy poco el espacio que se le dedica al componente tributario.

La Ley 1101 de 2006 en su Artículo 3 expresa quienes son los aportantes y resuelve la pregunta de si estarían obligados todos los que ejercen la actividad turística en los servicios de vivienda y apartamentos obligados a cancelar dicha tarifa tributaria. En principio la misma Ley 1101 de 2006 establece una condición especial para que se pueda generar la obligación: “las viviendas turísticas y de otros tipos de hospedajes no permanentes, cuyas ventas anuales sean superiores a 50 salarios mínimos legales vigentes...” (www.secretariasenado.gov.co).

Es menester aclarar que el parágrafo del Artículo 3 de la Ley 1101 del 2006 define quienes prestan los servicios de vivienda turística aclarando que en esta categoría se encuentran los ocasionales y /o permanentes que destinan sus viviendas y /o apartamentos al servicio de hospedaje.

En otro aspecto los impuestos nacionales como el IVA y el de renta, siguen en cabeza de los titulares de los apartamentos o en su defecto de los intermediarios, administradores o cualquier otro sujeto que explote el bien.

Se encuentran también otros impuestos de carácter territorial que hay que tener en cuenta: el predial que es un impuesto histórico en la legislación colombiana, el de industria y comercio, y el de avisos y tableros que tienen como hecho generador la explotación de una actividad mercantil, situación que



se enmarca dentro de la actividad de prestación de servicios hoteleros para destinación turística, pues la misma puede reglamentarse dentro de las actividades reguladas en el Código de Comercio.

La Ley 1101 del 2006 aborda con mayor amplitud el tema del impuesto de turismo teniendo como sujetos pasivos a los extranjeros que entran al país en medio de transportes aéreos de tráfico internacional. La doctrina española lo denomina impuesto de estancia, y presupone que el turista en su actividad recreativa y vacacional usa y goza de una serie de beneficios especiales, y ello lo obliga a asumir una actitud recíproca con el lugar de estancia. Este impuesto apunta primordialmente a recaudar fondos que estarían destinados al presupuesto nacional para aplicarlos al fomento, la promoción, y la calidad del servicio turístico. El recaudo del mismo estará en manos de las empresas de transporte aéreo quienes deben consignarlo en una cuenta especial del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

2.12. Conclusión de la parte tributaria

Las normas tributarias en materia turística no se encuentran compendiadas en un solo estatuto, debido a las competencias impositivas de los distintos niveles (nacional, seccional) hecho que también existe en casi todas las actividades mercantiles de Colombia.

La propiedad inmobiliaria tiene actualmente unos gravámenes que se ejecutan por ministerio de la misma ley, razón por la cual un tributo especial para quienes ejercen de manera ocasional y/o permanentemente la actividad de aparta-hoteleros, puede dar la sensación de que se están creando unas trabas para participar en el libre juego de la oferta y la demanda, tal como lo sugiere una economía de mercado.

Las experiencias comentadas ponen de manifiesto que las regiones autónomas pueden establecer determinados tributos al amparo de la legislación española, en el caso colombiano recientemente el Consejo de Estado ha empezado a variar su jurisprudencia en el sentido de otorgar a los entes territoriales la capacidad de crear impuestos, pues bajo el viejo criterio la soberanía tributaria solo descansaba en el congreso nacional. Sin embargo esta discusión de carácter legal y jurisprudencial apenas se está introduciendo en los escenarios académicos.



2.13. Derechos del empresario y los usuarios del servicio turístico: competencia desleal y su afectación al sector hotelero

La calidad de empresario emana de la ley, pues en un estado de derecho ninguna actividad puede contrariar el ordenamiento jurídico. De lo anterior se desprende que la calidad de empresario implica tener un cúmulo significativo de derechos pero adicionalmente unas obligaciones que cumplir. En ese sentido, el concepto de libertad de empresa tiene que entenderse de manera razonada pues la libertad de mercados no implica un desconocimiento de las instituciones legales que regulan determinadas actividades.

Un primer responsable en el cumplimiento de estas normas es el Estado quien a través de su potestad reguladora tiene la obligación de intervenir a efectos de velar por las armónicas relaciones entre empresarios y consumidores, controlando los vicios que presenta el mercado y atenuando las imperfecciones inherentes al mismo.

Entendiendo que el mercado no funciona de manera perfecta, la potestad reguladora en materia de competencia desleal busca equilibrar los desajustes del sistema, donde unos cuantos privilegian prácticas informales que vulneran en primera instancia los derechos del empresariado, las finanzas del estado y por último la misma comunidad que deja de percibir ingresos, el mejoramiento de condiciones laborales y en general bienestar social.

Las prácticas de competencia desleal afectan al usuario quien se encuentra amparado por unas normas que usualmente desconoce, a modo enunciativo el derecho de información del destino turístico y hotelero implica que debe recibir una información veraz y completa respecto a la calidad y el precio objeto del contrato de hospedaje. Algunas legislaciones plantean la posibilidad de resarcir la relación contractual en el evento de que no se le dé cumplimiento a las normas de calidad ofrecidas por los alojamientos turísticos. En Colombia no se encuentra una norma que contemple tal posibilidad; sin embargo, en materia de perjuicios y daños, implícitamente en el código civil se configuran los elementos de tal responsabilidad.

En el marco de la legislación nacional la Ley 256 de 1996 “por la cual se dictan normas sobre competencias desleal” se establecen unas prohibiciones particulares de la siguiente manera: a.) actos de engaño, b.) violación de normas.

Respecto a la primera, el Artículo 11 de la Ley 256 de 1996 establece que “actos de engaño... se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto inducir al público a error sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos”. Igualmente puede presentarse el



segundo caso según la Ley 256 de 1996 que en su Artículo 18 define que a la “violación de norma: se considera desleal la efectiva realización en el mercado de una ventaja competitiva adquirida frente a los competidores mediante la infracción de un norma jurídica... la ventaja ha de ser significativa”. Este caso es muy puntual y esta infracción legal se presenta principalmente en la evasión de impuestos, tasas y contribuciones (www.secretariassenado.gov.co).

En términos generales la competencia desleal es sin lugar a duda la violación al derecho más grave para el gremio empresarial pues lleva inherentes violaciones conexas como la igualdad de oportunidades, por ejemplo respecto del pago de tributos, los costes laborales, administrativos y los demás derivados de su actividad.

También se presenta una violación al principio de legalidad por cuanto la informalidad es contraria al ordenamiento jurídico, y supone que aquellos que evaden la potestad regulatoria del Estado ofrecen precios más bajos que los del mercado, amparados en la posibilidad de evadir las normas legales en materia tributaria.

Por último la competencia desleal afecta el derecho a la información; la cual no solo afecta al empresario, sino también al usuario del servicio y al mismo Estado que se ve burlado por sujetos infractores que actúan de manera subrepticia, con el argumento de estar ejerciendo una labor normal.

Para prevenir esas prácticas, como se mencionó antes, el Ministerio de Desarrollo Industria y Turismo ha emprendido acciones como la simplificación de trámites, la difusión de los beneficios de la formalidad, creación de incentivos tributarios que acarrea estar en la formalidad, y la creación de unas herramientas de control que estimulen las buenas prácticas empresariales.

La Constitución Política de 1991 se enmarca en una economía de mercado de corte liberal en una primera etapa y luego hace énfasis en que el estado intervendrá en la economía para su control legal. El sector turístico que es uno de los renglones básicos de la economía colombiana ha venido siendo regulado a través de múltiples normas, caso contrario se presenta en la Unión Europea donde se está presentando un proceso de desregularización, haciendo una simplificación y eliminación de trabas en la prestación de los servicios turísticos, a excepción de España que está en la misma vía de América Latina con el proceso de regulación.

En este último enfoque, cada situación particular será la que determine si se impone una mayor regulación e intervención o una política de desregulación.



En el caso colombiano se ha reforzado la intervención reguladora debido a las crecientes prácticas de la informalidad en el sector hotelero.

2.14. Modalidades de administración hotelera de apartamentos privados

Existen experiencias de administración de apartamentos privados destinados a arrendamiento turístico, que son confiados a hoteles formales. Su estudio permitirá analizar las posibilidades de replicar estas modalidades en las cuales de una parte se asegura al propietario la administración profesional de los inmuebles, se garantiza la calidad del servicio a los turistas, se establecen sinergias entre los propietarios y el acceso a los servicios de los hoteles; y adicionalmente tiene beneficios en la seguridad y la reglamentación del uso de los inmuebles al mismo tiempo que se resuelve de modo institucional la cuestión del registro turístico y del pago de los consiguientes impuestos.

2.15. El contrato de Apartahotel Irotama del Sol: un análisis desde el derecho mercantil.

La alianza empresarial realizada entre los propietarios de apartamentos privados y el Hotel Irotama del Sol, es una iniciativa que puede servir para atenuar las prácticas de la informalidad en la Hotelería paralela en el Distrito de Santa Marta. Si bien es cierto existe un cuerpo normativo que regula la prestación del servicio turístico, dicha normatividad no ha tenido plena aplicación hasta ahora. Por estas consideraciones emprendemos el análisis del convenio realizado entre el Apartahotel Irotama del Sol y otros apartamentos dedicados a la prestación del servicio turístico de hotelería.

El contrato que suscribieron las partes se encuentra regulado en la normatividad colombiana a través del Código de Comercio en sus Artículos 507 y subsiguientes del mencionado estatuto. El código mencionado define el contrato de participación de la siguiente manera: “La participación es un contrato por el cual dos o más personas que tienen la calidad de comerciantes toman interés en una o varias operaciones mercantiles determinadas, que deberá ejecutar uno de ellos en su solo nombre y bajo su crédito personal, con cargo de rendir cuentas y dividir por sus participes las ganancias o pérdidas en la proporción convenida” (www.secretariasenado.gov.co).

Cabe anotar que al momento de abordar el cuerpo del contrato no podríamos atenernos a la normatividad de manera ortodoxa, puesto que el mismo objeto esencial del contrato tiene relación de conexidad con la actividad turística. Por esta razón deben tenerse presentes por parte de los contratantes la Ley 300 de 1996, la Ley 1101 de 2006 y todas las demás concordantes con el sector



turístico, a efectos de que se inserte una cláusula especial que privilegie los derechos y las obligaciones relacionadas con el sector hotelero y los potenciales usuarios del mismo.

En relación con otros componentes del contrato sobre las obligaciones contraídas por el partícipe gestor, resultan ser obligaciones de medio mas no de resultados, lo que implica que al partícipe oculto (propietario, administrador, intermediario, etc.) no se le garantiza en el cuerpo del contrato un canon fijo o una renta invariable, y ello dependerá de las condiciones particulares que ofrezca el mercado y la temporada.

Existen unos elementos muy especiales dentro del cuerpo del contrato y su reglamento anexo que merecen ser reseñados y analizados: lo primero es que el partícipe gestor actúa con total independencia en la gestión y operación hotelera del apartamento para cumplir el cometido principal de la actividad; por ello se le prohíbe al partícipe oculto cualquier injerencia con los trabajadores, los administradores, los huéspedes o los trabajadores del partícipe gestor, de donde se colige la autonomía reseñada. También se descarta, en el mencionado documento, la posibilidad de la comercialización directa por parte del partícipe oculto (tarea exclusiva del partícipe gestor), entendible en razón de que el partícipe gestor establece dentro de los gastos un rubro destinado a la publicidad y propaganda, y un costo derivado por el uso del nombre, lo cual ahorra al partícipe oculto el interés de acudir a las conocidas formas de publicidad informal callejera.

En relación con la parte tributaria el partícipe oculto mantiene las obligaciones de cancelar los impuestos de carácter legal (impuesto predial, valorización, impuesto de industria y comercio, los gastos reglamentados que genera en la propiedad horizontal), salvo que el mismo autorice al partícipe gestor para que con el producido del objeto del contrato perteneciente a sus utilidades se cancelen las obligaciones tributarias. Es pertinente anotar que estas relaciones contractuales se rigen en primera instancia por la autonomía y libre voluntad de las partes, entonces bien podría darse el caso de que algunas de estas obligaciones se renegociaran entre las partes contratantes en el futuro.

El tema de los ingresos que el propietario el apartamento percibe por la operación puede ser uno de los problemas en de la negociación por cuanto dicho reparto de utilidades, aun cuando se acumulan mensualmente, sólo se realizan trimestralmente luego de realizada una serie de deducciones operacionales, laborales, de ventas, pago de servicios públicos domiciliarios, comisiones, remuneración del operador y las respectivas reservas y otros conexos al mismo.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



En principio se pensaría que ese es el costo que se asume al pensar en la formalización, sin embargo en esta alianza encuentra una cláusula del contrato que reza lo siguiente: “contrato de participación además de tener unos fines económicos persigue unos fines especiales:

- ✓ Propender por la adecuada conservación y mantenimiento de las unidades privadas que conforman el Apartahotel Irotama del Sol.
- ✓ Realizar la actividad hotelera con cumplimiento de altos estándares de calidad y profesionalismo.
- ✓ Buscar la excelencia del servicio ofrecido a los huéspedes y usuarios externos de los apartamentos.
- ✓ Favorecer la lealtad en las relaciones comerciales entre las partes.

A renglón seguido la Cláusula Novena Numeral 3 se refiere al incumplimiento de “cualquiera de las cláusulas de este contrato o de su finalidad especial”, entonces los costes derivados de la actividad y las utilidades reseñadas no hacen sino atacar las perjudiciales prácticas de la competencia desleal que elude las obligaciones tributarias, laborales, etc. Todo ello ocurre en aras de aminorar los costos pero en perjuicio en última instancia de la ciudad de Santa Marta como destino turístico.

El mantenimiento preventivo (limpieza y dotación), correctivo de los inmuebles y de los muebles enseres y demás objetos están a cargo del partícipe gestor quien velará para que los mismos se encuentren en excelentes condiciones de presentación y funcionamiento. Igualmente, el establecimiento de la tarifa que se cobrará a los usuarios del servicio es una potestad que descansa en el partícipe gestor, de acuerdo con el contrato que aquí se estudia.

El propietario no se ocupa del registro turístico pues los ingresos están en cabeza del Apartahotel Irotama del Sol de modo que el registro lo hace el administrador, derivándolo de los ingresos que genera el arrendamiento.

A manera de sugerencia, aun cuando las partes recurren a la normatividad mercantil (contrato de participación) es necesario aclarar que en el futuro los contratantes pueden discutir las cláusulas con las que desarrollaran el contrato, pues la autonomía y voluntad de las partes solo tiene límites cuando se transgreden la legislación, las buenas costumbres y el orden público.



Así mismo se puede sugerir incluir unas cláusulas donde las partes se comprometan a cumplir de manera expresa con toda la normatividad que ampara a los usuarios del servicio turístico.

2.16. La experiencia del Hotel La Fontana

El Hotel La Fontana, concebido como un hotel de lujo, al mejor estilo inglés; fue orientado en su primera etapa, a brindar servicios complementarios a las familias que visitaban a los adultos mayores que habitaban los apartamentos del Conjunto Residencial Plenitud, diseñado y ofrecido a éste segmento de población. Consultaba los estándares de los lugares de retiro para personas mayores y el hotel proveía servicios complementarios de entretenimiento, bibliotecas, lugares de proyección de películas en busca del confort de sus propietarios.

Ante la necesidad de la ciudad de contar con un hotel de lujo en la ciudad y el auge del mercado inmobiliario, el hotel pasa de 76 habitaciones a 218 con las que hoy cuenta y los apartamentos antes concebidos para vivienda, son vistos como una oportunidad para lograr mayor rentabilidad por parte de sus propietarios; es así como se consolida la oferta de dos unidades de negocio en el campo del alojamiento turístico: Hoteles Estelar, La Fontana y Apartamentos Estelar como unidad inmobiliaria con 100 unidades, cada una de las unidades de negocio cuenta con Registro Nacional de Turismo por su carácter de establecimientos de comercio independientes, pero complementarios.

La cadena Estelar se dirige a grupos de larga estadía, como extranjeros adoptantes, para lo cual identifica la sinergia que se genera por el servicio hotelero con calidad cinco estrellas, que pueden ser ofrecidos a los huéspedes de los apartamentos. El modelo se replica en Medellín, Barranquilla Buenaventura, con proyección para crecer en aquellos casos en que se den las condiciones de oferta de servicios de primer nivel, lo cual crea un valor agregado y marca el elemento diferenciador.

2.17. Formas de Operación

Las formas de operación se sustentan en las siguientes características del conjunto:

- ✓ Un conjunto residencial donde dos de los edificios corresponden al hotel y 5 a los apartamentos.
- ✓ 297 apartamentos en el Conjunto residencial Plenitud.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



- ✓ Apartamentos Estelar arrienda 100 unidades de las cuales 36 son de su propiedad.
- ✓ No presta servicios a los apartamentos que no arrienda.
- ✓ Toma de apartamentos por renta con canon de arrendamiento.

Se identifican las siguientes modalidades de operación de apartamentos en el Conjunto residencial Plenitud; por parte de Apartamentos Estelar, las dos primeras de las mencionadas y la tercera a cargo de las empresas inmobiliarias Travelers y Cora Suite:

1. Arriendo y operación de servicios hoteleros de apartamentos dentro del Conjunto Residencial Plenitud.

El modelo de arrendamiento de apartamentos de forma transitoria o permanente que se encuentran ubicados dentro del Conjunto Residencial Plenitud cuentan con los servicios del Hotel La Fontana Estelar: Parqueaderos, restaurantes, servicios de botones, seguridad y en general las anexidades de La Fontana.

La relación con los propietarios de los inmuebles tiene dos características:

1.1 Aquella en la cual se pacta un canon fijo de arrendamiento y la empresa arrendataria cancela la cuota mensual de administración y los servicios públicos; los seguros y las cuotas extraordinarias a que hubiere lugar estarán a cargo del propietario. El promedio del canon mensual oscila entre \$800.000 y \$ 1.000.000 para apartamentos de una habitación y de \$ 1.500.00 a \$2.000.000 para apartamentos de dos habitaciones. Este contrato de arrendamiento es independiente de la forma de operación y venta que Estelar haga de las noches, esto es, que el propietario recibe el canon pactado en forma fija. Este modelo no se proyecta en un largo plazo a causa de la estacionalidad en algunos destinos, analiza el hotel que sólo tendría sostenibilidad en Bogotá.

El propietario está obligado a adelantar las remodelaciones locativas que Estelar solicite atendiendo sus estándares, para lo cual se ofrece financiación. Siguiendo la orientación de calidad, la dotación es de propiedad de la cadena.

1.2 En la segunda característica, denominada de Participación o Bolsa de noches, el propietario recibe un dividendo por su inversión. Los apartamentos se encuentran equipados con una dotación inicial, que debe comprar el propietario al hotel, con el fin de garantizar los requerimientos de calidad de la



cadena Estelar. El propietario recibe un dividendo por su inversión que está en el orden de \$800.000 a \$1.000.000.

En uno y otro caso se ofrecen tarifas de larga estadía con niveles de descuento según la permanencia: de larga estadía para más de 30 días; de media estadía, hasta 15 días y tarifa por noche. El hotel analiza los precios de sus ofertas, de tal forma que las unidades de negocios no representen competencia entre sí y que las estadías superiores a 15 días sean atendidas en los apartamentos, como una forma de ofrecer beneficio al cliente a partir del precio.

Respeto a la clasificación de uso comercial o residencial de los apartamentos, se expresa que inicialmente fueron reclasificados para efectos de catastro aquellos que no son propiedad de la cadena Estelar; sin embargo, los propietarios presentaron ante el Distrito una reclamación, aduciendo que el carácter comercial es de la operadora, en este caso de Apartamentos Estelar, con quien media un contrato de arrendamiento, solicitud que fue aceptada.

El carácter de uso comercial solo recae sobre los inmuebles de propiedad de Estelar

2. Arriendo de apartamentos fuera del Conjunto Residencial Plenitud (a la fecha de la entrevista no se opera ésta modalidad).

La segunda modalidad se refiere al arriendo de los apartamentos que se encuentran localizados fuera del complejo residencial por lo cual Apartamentos Estelar lo considera como un inventario flotante. En este caso su dotación no es estandarizada y no cuentan con los servicios hoteleros complementarios, Esta modalidad se identifica como hotelería no formal, y actualmente no la aplica en su gestión hotelera.

3. Arriendo de apartamentos por parte de compañías inmobiliarias: Travelers - apartamentos y suites - y Cora.

Una tercera modalidad de arriendo en el conjunto Plenitud, está dada por los apartamentos que ofrecen las compañías inmobiliarias Travelers y Cora, quienes no cuentan con Registro Nacional de Turismo como prestadores de servicios turísticos. Expresan los representantes de los Apartamentos Estelar, su sugerencia de que dichas empresas se acojan a la nueva legislación sobre el asunto.

Existe temor por parte de los copropietarios residentes de aceptar el uso comercial, pues los vecinos no quieren tener apartamentos de uso comercial en



el mismo edificio y los administradores no lo aceptan por motivos de seguridad y por el riesgo de que se afecte la tranquilidad de los residentes.

2.18. Conclusiones

Estas modalidades generan las siguientes valoraciones:

- ✓ Contar con un contrato de arrendamiento o de participación mediante una bolsa de noches ofrece un ingreso seguro al dueño del apartamento.
- ✓ Es deseable que la copropiedad sea de uso exclusivo para arrendamiento turístico, ante el temor de los habitantes permanentes de tener una población flotante dentro del edificio que genere inseguridad y varíe las condiciones de habitabilidad.
- ✓ Situación similar expresan los administradores de la copropiedad que tiene uso compartido.
- ✓ En el caso de la cadena Estelar, el operador es quien asume los cambios de reglamentación y se acoge a la normativa.
- ✓ El primer modelo, caracterizado por las relaciones que aportan seguridad a la inversión de los propietarios, una administración segura y el mantenimiento permanente del inmueble de tal forma que se conserve su valor, es considerado exitoso.
- ✓ Los apartamentos operados por hoteles de cinco estrellas tienen una oferta de valor superior para el turista.
- ✓ Otros apartamentos que no ofrezcan servicios complementarios, serán acogidos por segmentos que así lo requieran y se someterán a la selección natural del mercado.

2.19. Análisis comparativo de las experiencias La Fontana e Irotama del Sol

En el presente documento analizamos las formas operacionales y los vínculos jurídicos que se desprenden de los convenios realizados entre dos exitosos hoteles y los dueños de algunos apartamentos. El primero, Hotel La Fontana de la cadena Estelar S.A. ubicado en la capital de la república y el segundo Irotama del Sol, que se encuentra en el distrito de Santa Marta.



El Hotel La Fontana-Estelar celebra un contrato de arrendamiento. Según el código civil colombiano, el arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente, la una a conceder el goce de una casa o a ejecutar una obra o, prestar un servicio, y la otra a pagar por este goce, obra o servicio un precio determinado. (Artículo 1973 del Código de Comercio). De tal forma que la obligación que se desprende de las partes es la entrega para el uso y goce del inmueble bajo tenencia y para el Hotel La Fontana el pago de un canon de arrendamiento que se define en el cuerpo del contrato.

En cambio Irotama del Sol celebra un contrato de participación que la legislación comercial expresa de la siguiente forma: “La participación es un contrato por el cual dos o más personas que tienen la calidad de comerciantes toman interés en una o varias operaciones mercantiles determinadas, que deberá uno de ellos en su solo nombre y bajo su crédito personal, con cargo de rendir cuentas y dividir por sus partícipes las ganancias o pérdidas con la proporción convenida”.(Artículo 507 y S.S del Código de Comercio). Estos son los parámetros jurídicos por los cuales cada hotel negocia la gestión que ha de realizar.

Atendiendo a los aspectos básicos, los contratos que suscribieron los representantes legales de los hoteles y los propietarios y/o administradores, permiten ampliar y conocer estas experiencias y valorar la posibilidad de extenderlas a otros aptos.

Sea, lo primero analizar el aspecto económico que se desprende de estas relaciones contractuales, pues este elemento es determinante en ambas experiencias. El Hotel La Fontana celebra un contrato de arrendamiento estableciendo un canon de arrendamiento que oscila entre \$800.000 y \$1.500.000 mensuales, cifra que es estática teniendo en cuenta la naturaleza jurídica del contrato celebrado. Dicho contrato se celebra por el término de 12 meses, lo que garantiza al arrendatario una renta independientemente del movimiento de personal usuario que tenga el Hotel La Fontana-Estelar.

Este precio es fijo y solo varía anualmente atándolo a IPC, en cambio en la relación entre Irotama del Sol y los propietarios existen sobre la relación unas condiciones variables, las cuales estarán definidas por el funcionamiento del mercado.

Una lectura detenida de la obligación del contrato suscrito por Irotama del Sol permite encontrar que allí se expresa que el operador del apartamento “buscará colocarlo en el mercado dentro de sus posibilidades, asumiendo una obligación de medios y no de resultados específicos”. Jurídicamente una obligación de medios se basa la gestión diligente y oportuna, pero sin comprometerse con los resultados, de donde se deduce que hay un elemento



aleatorio que debe soportar el propietario y/o administrador que suscriba el convenio con Irotama del Sol.

El pago realizado por el Hotel La Fontana-Estelar se causa mensualmente a favor del arrendador. Dichos pagos se consignan dentro de los diez primeros días de cada mes en una cuenta designada por el propietario. En el caso de Irotama del Sol, dentro de su obligación, en relación con el mismo asunto económico, deberá cancelar trimestralmente los pagos al propietario y/o administrador tomando como figura una bolsa común que se divide entre todos los propietarios de apartamentos circunscritos al espacio físico donde se realiza la operación hotelera.

Para realizar dicha operación es menester deducir los costos y gastos de la operación hotelera, las regalías por el uso del nombre, la remuneración del participe gestor y las reservas previstas en el reglamento de la operación hotelera (contrato de participación en su cláusula tercera, numeral quinto). Otro tópico es el de servicios públicos domiciliarios:

En ambas experiencias el pago de los servicios públicos lo asumen los hoteles. Sin embargo existe una diferencia que es necesario poner de presente: En el caso de La Fontana en la cláusula sexta del contrato de arrendamiento aparece de manera cristalina la obligación del pago de todos los servicios públicos domiciliarios con cargo al Hotel La Fontana. Es más, se aclara que dichos recibos constituyen títulos ejecutivos para el arrendador ante la eventualidad de que la arrendataria deje de cancelarlos.

Otra cosa sucede con el caso Irotama que en la cláusula quinta del contrato, a propósito de la participación económica, establece que se cancelan los servicios públicos con cargo a los gastos de operación, con lo cual se pone de presente que son deducibles de los ingresos que produzca el apartamento.

Queda entonces un interrogante: Si el producido no alcanza para cubrir remuneración y pago de servicios, ¿qué sucede? Cabe recordar que Irotama sólo tiene obligaciones de medio.

No se encuentran en el contrato de arrendamiento en el caso Fontana referencias al pago de impuestos de la propiedad inmobiliaria. Pero la naturaleza jurídica del contrato y los antecedentes históricos legales del arrendamiento en Colombia, nos hacen suponer que los mismos corren a cargo del arrendador y el silencio al respecto en el contrato puede entenderse en tal sentido.

En el caso Irotama en relación con la parte tributaria el participe oculto mantiene las obligaciones de cancelar los impuestos de carácter legal



(impuesto predial, valorización, impuestos de industria y comercio, los gastos reglamentados que genera la propiedad horizontal) salvo, que el mismo autorice al participe gestor para que con el producido del contrato perteneciente a sus utilidades se cancelen las obligaciones tributarias.

Tanto La Fontana como Irotama, para el ejercicio de la gestión hotelera reclaman y gozan de autonomía pues el contrato de arrendamiento per se ofrece autonomía al arrendatario: en el caso de La Fontana la misma es casi plena pues en la clausula segunda se le faculta para arrendar y subarrendar, para lo cual “el arrendador le otorga amplias facultades, sin restricción o limitación alguna”. Y en el caso Irotama del Sol no sólo se expresa la autonomía para el manejo, sino que la comercialización y publicidad es privativa del Hotel Irotama, ampliando el poder en la relación contractual.

Inicialmente los apartamentos fueron reclasificados en comerciales, sin embargo a través de la gestión jurídica los propietarios lograron cambiar dicha denominación aduciendo que dicha calificación debía recaer sobre el Hotel Estelar, que en este caso es la operadora, y que si se aplica este criterio, se evitará la reticencia de muchos propietarios que temen el aumento exagerado del costo de los servicios públicos y otros impuestos que gravan de manera más alta la propiedad comercial.

2.20. El debate en las asambleas de propietarios

En el marco de la aplicación del Decreto 2590 de Julio 9 de 2009, al interior de las asambleas de copropietarios de edificios en El Rodadero, se ha incluido en la agenda la discusión el tema del cambio de tipología de la propiedad horizontal, y si se debe permitir o no el arrendamiento turístico de los apartamentos por parte de cada uno de los propietarios.

En el transcurso de la investigación se han encontrado múltiples debates a este respecto, pero se define una tendencia clara de rechazo al cambio de régimen tributario y comercial, así como la intención de preservar los bienes y la calidad de vida de los residentes de los posibles efectos negativos del arrendamiento turístico.

Revisaremos algunos casos particulares los cuales constan en Actas de Asambleas de copropietarios, y entrevistas realizadas a los administradores de los edificios. Estos casos serán el del Edificio Palanoa, los edificios Plaza I y II, Irotama del Sol, Terrazas de Mérida, y el Edificio Costa Bella.

En el caso del Edificio Palanoa, la discusión tuvo lugar el 20 de Marzo de 2010, y aunque no se llegó a ninguna decisión al respecto debido a la falta de *quórum*



(asistencia calificada), sí se hizo explícita la necesidad de convocar a una asamblea extraordinaria para discutir el tema específico de la vivienda turística. Lo anterior debido a que -como lo exponen en el acta- a partir del pasado 30 de abril los copropietarios deberían tener la licencia que expide el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; o en caso de prestar el servicio sin dicha licencia, incurrirían en sanciones para el edificio y en evasión de impuestos. Ante esta problemática, la administradora del edificio comentó que los residentes que asistieron a la asamblea expresaron que preferían no cambiar la tipología de la propiedad horizontal.

Por su parte, los edificios Plaza I y II, realizaron una asamblea el 28 de marzo de 2010, y ante la discusión sobre la vivienda turística, decidieron con amplia mayoría (sólo 3 apartamentos votaron a favor) que “ningún inmueble podrá ser destinado para vivienda turística”, cerrando así definitivamente dicha posibilidad. Por su parte, la propietaria de uno de los apartamentos que apoyaban la prestación de los servicios turísticos concluyó que seguiría arrendando su apartamento pero por meses.

En el caso de Irotama del Sol, su administradora reportó que los propietarios habían decidido no someterse a ningún cambio, debido a que estiman que los arrendatarios y turistas no cuidarían las instalaciones y el edificio se deterioraría con esta actividad. Decidieron además que los únicos que podrían utilizar los apartamentos serían los mismos propietarios y sus familiares; y el control lo harían a través del DAS y la DIAN reportando las cédulas de los visitantes para determinar si son familiares o no, y así saber si el edificio está siendo utilizado para arrendamiento turístico.

En el Edificio Costa Bella el caso es similar: según su administradora los propietarios decidieron que sí se sometían a la nueva reglamentación, pero a la vez decidieron no arrendar sus apartamentos para no tener que inscribirse en el Registro Único de Turismo. Esto se debe a que el caso general es que ellos y sus familiares usan los apartamentos en las temporadas de alto turismo, por lo que no están interesados en arrendarlos.

En el caso contrario, en Edificio Terrazas de Mérida la discusión fue más fuerte, debido a que los propietarios desconocen la obligatoriedad de la ley y el papel fundamental de la administración del edificio en su cumplimiento. De acuerdo a su administración, en la Asamblea pasada los propietarios dijeron que no se sometían a ninguna reglamentación debido a que ellos eran dueños de sus apartamentos y nadie podía obligarles a hacer una cosa u otra con su propiedad; e incluso afirmaron que la administración no tenía jurisdicción sobre este tipo de decisiones.



En este tiempo se ha generado el debate al interior de las asambleas de propietarios en los edificios de la zona turística. Podemos observar que en términos generales los propietarios se resisten a cambiar la denominación de su propiedad, a pagar mayores impuestos y a aceptar que la vivienda turística sea una práctica totalmente permitida. Por esto muchos deciden no cumplir la norma, mientras otros simplemente deciden no realizar la actividad para evitar la ilegalidad, el pago de impuestos, registro, y el deterioro de sus bienes.

3. MACROINDICADORES DE LA SOSTENIBILIDAD DE UN DESTINO TURÍSTICO EN RELACIÓN CON LA HOTELERÍA PARALELA

El Rodadero y Rodadero Sur hacen parte de uno de los más importantes recursos ecológicos de nuestro territorio con reconocimiento internacional. Sin embargo su crecimiento desordenado, no controlado y en muchos casos desbordado afecta los equilibrios necesarios que demanda esta reserva natural y atenta, no solamente contra la calidad del destino turístico, sino que pone en riesgo la sostenibilidad de este territorio.

El gasto total anual estimado que realizan los turistas que se alojan en la oferta paralela o extrahotelera de El Rodadero y Rodadero Sur se estima en \$97.512 (millones) de pesos, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 1. Gasto Total estimado del turismo alojado en la hotelería paralela

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
% Ocupación	52,2	61,5	42,6	39,3	41,8	46,7	
* Gasto total	\$ 9.661	\$ 11.382	\$ 7.884	\$ 7.273	\$ 7.736	\$ 8.643	\$ 97.512
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
% Ocupación	33,2	50,4	46,7	34,8	35,5	42,2	
* Gasto total	\$ 6.144	\$ 9.327	\$ 8.643	\$ 1.253	\$ 6.570	\$ 78.010	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Este cálculo se obtuvo a partir de las mediciones realizadas con la encuesta desarrollada con turistas en alta y baja temporada, en la que se estableció el gasto medio que realizan estas personas por concepto de alojamiento, alimentos y bebidas, servicios de recreación, servicios culturales, y otros gastos relacionados con el viaje. Así, con base en un gasto promedio estimado de



\$158.670 día y de acuerdo con la estadía media que también fue proyectada en 5.14 días, se llegó a la anterior estimación.

Con el fin de establecer el marco de referencia de la población total que se aloja en esta zona se tuvo en cuenta la ocupación promedio histórica que registra la hotelería convencional del destino, a partir de los datos del Registro Nacional de Turismo, como quiera que la “estacionalidad” de la ciudad guarda una alta correlación entre las dos modalidades de ocupación.

Este gasto total estimado nos permite deducir dos hechos trascendentales del impacto económico de la denominada hotelería paralela de El Rodadero: 1) esta demanda ejerce un gasto y un consumo importante en productos y servicios durante su visita a este territorio, lo que representa un aspecto preponderante en la sostenibilidad del destino; 2) es indudable que una buena parte de este consumo no paga los impuestos de ley, como es el caso del IVA, en atención a las características de informalidad en que se desarrolla. Esta evasión de ser controlada debería contribuir con el desarrollo turístico del destino que bien lo necesita en temas como infraestructura, conectividad, control ambiental, saneamiento básico, entre otros.

El deterioro ambiental se describe mediante los siguientes indicadores de saneamiento básico que señalan una demanda desbordada que pone en riesgo la capacidad de abastecimiento de la ciudad.

3.1. Consumo de energía eléctrica

Tabla 2. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales. Impactos ambientales. Consumo de energía Santa Marta y El Rodadero

	Santa Marta	El Rodadero	Índice de participación de El Rodadero en consumo de energía de Santa Marta
Cantidad Suministros	8.956	6.285	0,70
Consumo Facturado	11.392.045	4.874.369	0,43
Importe Facturado	2.306.300.334	1.238.262.362	0,54

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Electricaribe



La Tabla 2 muestra el consumo de energía de El Rodadero, conformado por los barrios de El Rodadero y Rodadero Sur según la caracterización definida por Electricaribe, aun cuando representa el 70% del número de clientes registrados, corresponde sólo al 43% del consumo (en KW) facturado y al 54% del importe (en pesos) facturado.

Existe una evidente sobre demanda en la participación de consumo residencial de energía en El Rodadero, que se refleja también en el consumo facturado y el importe facturado, aun cuando la proporción varía un poco. Es determinante entonces la utilización que se hace en los inmuebles destinados para uso residencial, de los servicios públicos en general y se hace explícito en el caso del consumo de energía que el grupo tarifario residencial es definitivo para la condición ambiental de la ciudad

Tabla 3. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Consumo de energía según
grupos tarifarios en El Rodadero

	Comercial	Residencial	Índice de participación de los grupos tarifarios	
			Comercial	Residencial
Cantidad Suministros	576	5.709	0,09	0,91
Consumo Facturado	1.024.461	3.849.908	0,21	0,79
Importe Facturado	299.265.573	938.996.789	0,24	0,76

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Electricaribe

3.2. Consumo de agua

Los datos de consumo de agua de El Rodadero muestran picos de mayor demanda principalmente en los meses de enero y febrero, en coincidencia con la temporada alta que corresponde a la mayor afluencia del turismo de ocio que llega por esa temporada.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención

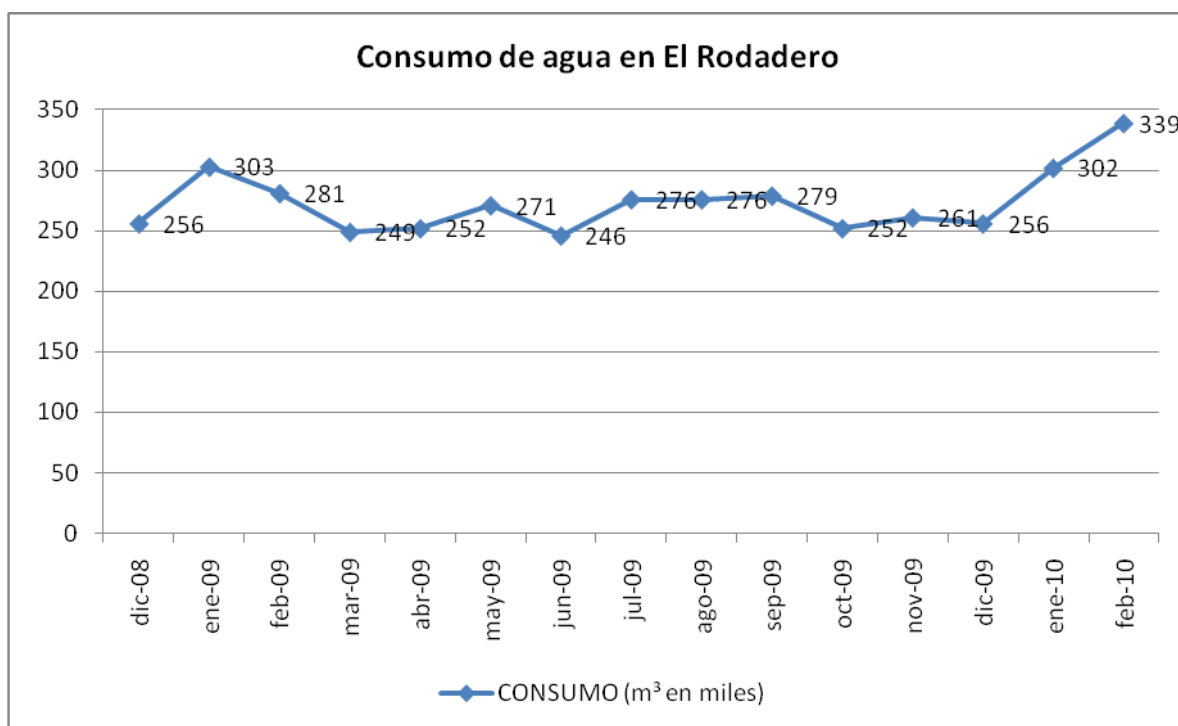


Tabla 4. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales. Impactos ambientales. Consumo de agua – El Rodadero –

Mes	dic-08	ene-09	feb-09	mar-09	abr-09	may-09	jun-09	jul-09	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10	feb-10	TOTAL
Consumo (m ³ en miles)	256	303	281	249	252	271	246	276	276	279	252	261	256	302	339	4.099

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Metroagua. Dic. 2008-Feb 2010.

Gráfico 1. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales Impactos ambientales. Consumo de agua – El Rodadero



Fuente: Consumo Total Zonas 12-14 Sector Rodadero. Metroagua. Dic. 2008-Feb 2010.

Es evidente la mayor demanda de este servicio en las temporadas de vacaciones, a tal punto que pone en riesgo su abastecimiento. En efecto, a pesar de disponer de recursos hídricos suficientes, en la ciudad se reconocen por los residentes y los empresarios del territorio estudiado los problemas de abastecimiento de agua, particularmente en verano, precisamente cuando se presenta el mayor flujo de turistas.



3.3. Generación de basura

La demanda turística de la zona de El Rodadero genera escombros, y residuos sólidos abandonados por los viajeros en las playas que afectan también la sostenibilidad ambiental del destino y que han llevado a que la ciudad adelante esfuerzos mayores, pero en algunos casos no suficientes, para evitar la generación de focos de contaminación. Esta situación se atenuaría si se adelantaran campañas cívicas con los usuarios de estos bienes públicos, de manera que no se provoquen acciones irreversibles hacia el futuro.

La producción de basura aumenta en las temporadas turísticas altas, mostrando mayores picos en las temporadas de vacaciones y comportamiento tipo valle en épocas de baja estacionalidad turística.

Tabla 5. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Generación de basura

Mes	Toneladas*
dic-08	889,32
ene-09	1.133,96
feb-09	552,03
mar-09	573,52
abr-09	612,88
may-09	516,37
jun-09	717,57
jul-09	771,11
ago-09	604,12
sep-09	490,19
oct-09	648,62
nov-09	575,97
dic-09	767,97
ene-10	948,75
TOTAL	9.802,38

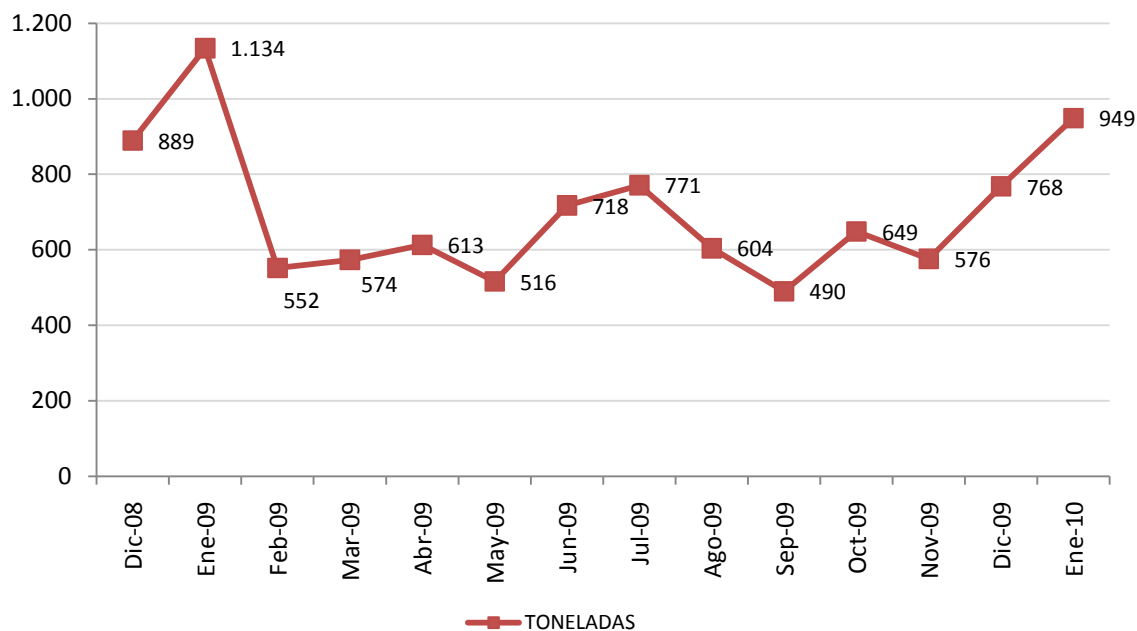
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Interaseo. Dic 2008-Ene 2010.

*La magnitud incluye las rutas:

- 162 que corresponde al sector Rodadero Sur y Carrera 4 de El Rodadero, desde la Glorieta de Gaira hasta Pez Caribe.
- 163 que corresponde a la Calle 1 y Kr 1 a 4, Troncal del Caribe y Carrera 4 del Rodadero, desde la Glorieta de Gaira hasta Pez Caribe.



Gráfico 2. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Generación de basura



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Interaseo.

3.4. Finanzas públicas, impuesto de industria y comercio –El Rodadero-

Para cualquier autoridad gubernamental la disposición de finanzas públicas saneadas es la base indispensable para la inversión social, el sostenimiento de la infraestructura, y el aseguramiento del bienestar en general de la población local. En el caso del visitante, la percepción de estos indicadores de calidad de vida se convierte en factor determinante para su fidelización con el destino. Es decir, el turista quiere que su gasto y consumo se traduzca en bienestar para la comunidad receptora como base del intercambio socio cultural que conlleva esta actividad.

La ausencia de un modelo de sostenibilidad lleva a situaciones de ingobernabilidad y de desequilibrio entre sus ciudadanos. También este vacío conlleva a una urbanización espontánea que se traduce en evidentes desbalances entre injustificados menores pagos tributarios para inmuebles categorizados como residenciales pero que ejercen una actividad comercial. Estos desbalances se aprecian en la siguiente información oficial.

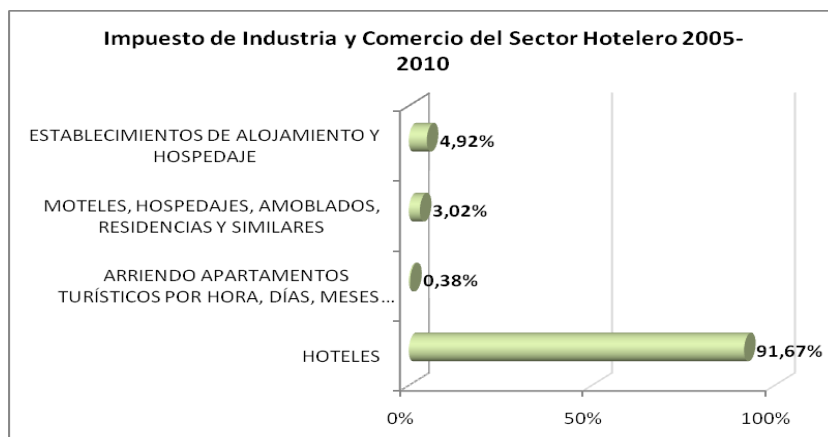


Tabla 6. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Impuesto de industria y comercio del sector hotelero 2005-2010

Código de actividad (Art. 65, Acuerdo 011/2006)		Recaudo sector hotelero 2005-2010
3307	Hoteles	\$ 3.238.561.867
3322	Arriendo apartamentos turísticos por hora, días, meses (Hotelería informal)	\$ 13.525.157
3323	Moteles, hospedajes, amoblados, residencias y similares	\$ 106.837.631
3334	Establecimientos de alojamiento y hospedaje	\$ 173.889.824
Total		\$ 3.532.814.479

Fuente: Oficio 00005051 de 2010 de la Secretaría de Hacienda de Santa Marta. Vigencias 2005 al 2010.

Gráfico 3. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Impuesto de industria y comercio del sector hotelero 2005-2010



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Hacienda de Santa Marta. Vigencias 2005 al 2010.



Tabla 7. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Impuesto predial de El Rodadero

Avalúo Catastral	Valor Pagado 2007 - 2009
\$ 753.268.762.093	\$ 14.510.107.804

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Recaudos y Tributos (R&T)

3.5. Calificación de factores ambientales de El Rodadero

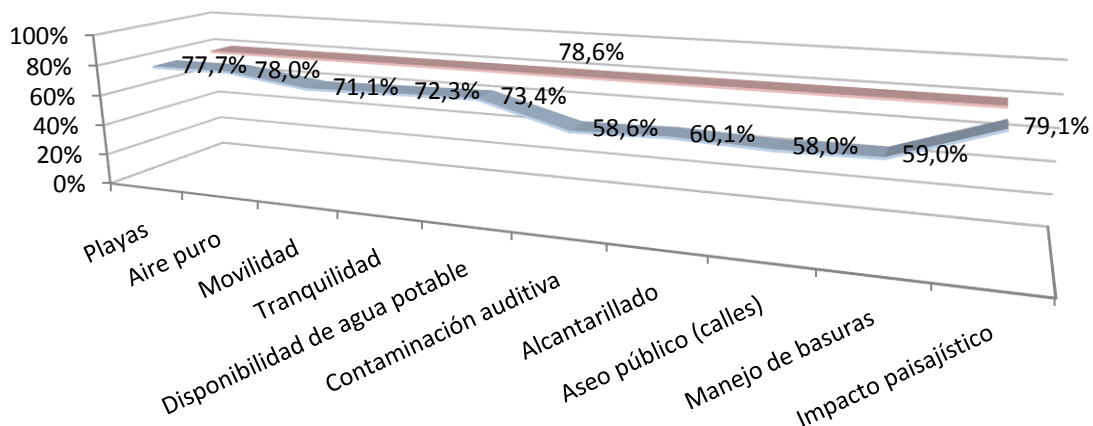
En la Encuesta sobre Demanda de la Hotelería Paralela que se llevó a cabo para este estudio, se incluyó una sección para calificar diez (10) atributos de El Rodadero, relacionados con el ambiente, a saber: playas, aire, movilidad, tranquilidad, disponibilidad de agua potable, contaminación auditiva, alcantarillado, aseo público de las calles, manejo de basuras y paisaje.

Se incluye para el análisis un referente denominado Indicador de Percepción del Entorno Urbano, tomado del Sistema de Indicadores Territoriales para un Destino Turístico – Andalucía-, presentado por Gallego y Moniche (2006), con el que se cuantifica la opinión de los turistas acerca del entorno que presenta el destino turístico. Se calcula promediando la opinión de una muestra representativa de los turistas en el destino, que puntúa de 1 a 10 los rasgos esenciales que definen una ciudad. Por ejemplo, si el valor del destino turístico presentado es 7,86 puntos, ello indica que los turistas hacen una valoración muy positiva del destino turístico.

En los resultados de la encuesta llevada a cabo en este estudio sobresalen cuatro (4) atributos de El Rodadero, por estar especialmente distanciados de la media utilizada como punto de comparación: el aseo público (calles), la contaminación auditiva, el manejo de basuras y el alcantarillado. Otros atributos como la movilidad, la tranquilidad, la disponibilidad de agua potable, las playas, y el aire también se encuentran por debajo de la referencia, pero lo hacen en menor proporción. Por otra parte, el impacto paisajístico sí logra superar la cifra de referencia, pero lo hace de manera mínima.



Gráfico 4. Medición de los impactos: económicos, sociales y ambientales
Impactos ambientales. Calificación de factores ambientales de El Rodadero



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio. La constante corresponde al indicador Percepción del Entorno Urbano, del Sistema de Indicadores Territoriales para un destino turístico. Taller 1: Presentación Andalucía, 2006 (p. 11).

4. ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS Y PLANES DE DESARROLLO LOCALES RESPECTO A LA HOTELERIA PARALELA

En este aparte se desarrollan tres aspectos que se consideran importantes para el análisis de los planes de Santa Marta, en función de la política general. El primero se refiere a las competencias y atribuciones de los gobiernos territoriales para la formulación de políticas y planes; el segundo los puntos focales de la política que orientan el proceso de Santa Marta, como Entidad Territorial relevante para el asunto; el tercero, una revisión de la planificación que se ha dado en Santa Marta, con especial referencia al Plan Sectorial de Turismo 2009- 2011.

4.1. Reparto de Competencias en la formulación de la Política de Turismo

La Política General de Turismo en Colombia cuenta con dos referentes de carácter legal que orienta el curso de acción de la actividad económica en todo

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



el territorio nacional. Estas son: la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006 y sus decretos reglamentarios. Estas disposiciones, en general, se constituyen en los soporte para aspectos más específicos, como El Plan Nacional de Turismo, formulado por el entonces Ministerio de Desarrollo, en concordancia con los preceptos que rigen el proceso de planeación vigente en Colombia, de obligatoria aplicación, tal como lo estipula la Ley 152 de 1994 y la Ley 388 de 1997 de Desarrollo Territorial. El primero para la formulación de los planes de desarrollo para los periodos de gobierno y el segundo, de carácter estructurante del espacio construido, con una vigencia de 10 años, que se vencieron en el año 2007 y por tanto la mayoría de los municipios se encuentran en la formulación de ajustes a los, denominados Planes de Ordenamiento Territorial (POT).

De acuerdo con los referentes legales anotados y en cumplimiento de los principios constitucionales de un país descentralizado, participativo y con autonomía territorial⁴, las funciones en relación con una actividad económica o de prestación de servicios, en este caso del Turismo, se comparte entre los distintos niveles de gobierno. Al nivel central le corresponde formular la política general de cobertura nacional como marco orientador; definir las Fuentes de financiación y garantizar recursos del Presupuesto General de la Nación para la financiación de la misma; estipular el ente rector que se encarga de coordinar, promocionar, hacerle el seguimiento y la evaluación de la política, que para el caso que nos ocupa es el Viceministerio de Turismo y el Fondo de Promoción Turística, para los asuntos nacionales, en coordinación con Proexport y el Ministerio de Relaciones Exteriores para los aspectos de carácter internacional.

A los departamentos, como nivel intermedio de gobierno, les corresponde funciones de de tipo técnico y de apoyo, ya que su papel es de carácter complementario, centrado, principalmente en la coordinación de las demás entidades territoriales de su jurisdicción. A partir de la política nacional, el Departamento selecciona los puntos focales a promover en el respectivo territorio y las subregiones que se encuentran en su jurisdicción, que para el caso del Magdalena, por su diversidad en su dotación ambiental, Agua dulce y ciénagas de principal importancia ictiológica, paisajística y de equilibrio hídrico; mar, playas, parques, reservas y santuarios de flora y fauna, algunos, como la Sierra Nevada de Santa Marta,⁵ compartidos por varios municipios del Departamento y de departamentos vecinos, como la Guajira y el Cesar; diversidad étnica y cultural, representado por comunidades indígenas, como

⁴ En un Estado unitario, la autonomía es relativa y no puede ir más allá del ejercicio de la función delegada desde el gobierno central, sobre todo cuando se trata de ejecutarla con recursos transferidos por el centro, en cumplimiento de preceptos normativos.

⁵ En el territorio en referencia se registra la presencia de dos parques nacionales naturales, que abarcan el 53% del área del Distrito de Santa Marta: El parque Tayrona con 12.000 hectáreas terrestres y 3.000 marinas y el Parque Sierra Nevada de Santa Marta con 113.396 hectáreas.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Arawuakos, Coguis, Arsarios, afrocolombianos, entre otros, le corresponde orientar a los municipios, a través de establecer mecanismos de coordinación y gestión, de acuerdo con las principales vocaciones. En este orden de ideas, le corresponde identificar y gestionar los proyectos de carácter transversal que no pueden asumir en forma individual los municipios. En síntesis, es de importancia capital su función, pero centrada en la planificación, la gestión en la consecución de recursos en coordinación con el Distrito y los demás municipios, más que en las intervenciones de tipo directo en el campo del turismo.

A los niveles municipales de gobierno, de acuerdo con su vocación, les corresponde asumir los derroteros anteriores, y en efecto cuando cuente con ventajas, tanto comparativas, como competitivas para promover el Turismo, como Santa Marta, en cumplimiento de su autonomía territorial, asume directamente la planificación y ejecución de las actividades para impulsar, promover y hacer de este campo un área económica estratégica.

El Distrito Turístico, Cultural y Histórico de Santa Marta, asume como referente orientador para el Turismo, la sostenibilidad de la actividad, debido a la fragilidad de varios de sus unidades paisajísticas, por lo tanto requiere de un plan especial, con énfasis la sostenibilidad y la intervención con el menor daño posible. A partir de las particularidades y con base en el proceso planificado, es el nivel municipal o distrital el encargado de poner en marcha las acciones con el apoyo de los anteriores niveles de gobierno y en lo posible con un amplio despliegue de su capacidad de gestión, tanto con los demás actores públicos, privados y sociales con asiento en el territorio, como con las organizaciones nacionales e internacionales, en la medida de sus capacidad.

El turismo, como se mencionó, cuenta con derroteros generales formulados por el gobierno nacional, que necesariamente deben ser tenidos en cuenta por los demás niveles de gobierno, sin desmedro del ejercicio de su autonomía en los asuntos que les compete. Desconocer estas orientaciones, ya sea de parte del gobierno departamental o el Distrital, les dificulta el acceso a mecanismos de apoyo y financiación previstos con recursos del gobierno central, por lo tanto, les es mucho más conveniente asumir la labor en forma coordinada, aún más cuando en los diferentes apartes de la política se contemplan dispositivos de promoción, financiación y soporte institucional y financiero para los destinos de la Costa Caribe y específicamente el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta (DTCH),⁶ como epicentro de primer orden en la actividad, en general (Díaz y Causado, 2008).

⁶ El D.T.H fue fundada en 1525, por Rodrigo de Bastidas y es reconocida como ciudad histórica por ser la más antigua de Colombia y de Sur América en donde muere el Libertador. En 1959 es declarada Monumento Nacional y en 1997 es considerada Bien de Interés Cultural de



En este orden de ideas, en el numeral siguiente se exponen los principales referentes que orientan la política de turismo, con especial atención a los aspectos de mayor relevancia para el DTCH de Santa Marta y el Departamento del Magdalena.

4.2. Puntos Focales, clave de la Política Nacional de Turismo

Desde 1931, el país viene intentando intervenir en el sector, con la creación del Servicio Oficial de Turismo, a través del cual se propuso la regulación de algunos prestadores del servicio y dicha orientación se mantuvo hasta 1968, cuando se crea la Corporación Nacional de Turismo, con la cual el sector estatal amplía su funciones para abarcar aspectos relacionado con la prestación directa del servicio, la ejecución de inversiones en infraestructura, el financiamiento de proyectos a particulares y la promoción de la actividad en su conjunto. Pero es a partir de la década de los noventa, que se detecta la necesidad de redimensionar el sector para darle mayor protagonismo en la vida económica y social del país, en concordancia con las nuevas dinámicas internacionales frente a dicha actividad.

Desde mediados de los noventa el Turismo es asumido como parte de los planes de desarrollo y por lo tanto objeto de un nuevo diseño de políticas públicas, a partir de tres matices: Fortalecimiento económico de la actividad, como una industria importante en la generación de ingresos, empleos y crecimiento económico, en general; fortalecimiento institucional del sector tendiente a la creación de una plataforma que defina reglas de juego, tanto para las entidades del Estado, como para las del sector privado; y en tercer lugar, el turismo como una actividad que contribuye a mejorar el ambiente social de la población colombiana.

Si bien la política, inicialmente tiene un marcado enfoque económico, en la medida que avanza se le van incorporando nuevos elementos para llegar, en la actualidad, a una política pública con enfoque de sostenibilidad, que contempla la dimensión nacional e internacional de la actividad, convoca a los actores público, privados y las organizaciones sociales, entre los aspectos transversales, explícitamente plasmados en su formulación.

Con relación al fortalecimiento económico de la actividad, se parte de reconocer que el Turismo, está en condiciones de ganar mayor importancia económica en el país y por lo tanto se interesa por convertirla en una apuesta productiva, en cabeza de los gobierno regionales y locales que definen dicha actividad como relevante en su quehacer con el propósito de generar

carácter Nacional, por la Ley 397. Gracias a estos legados, se conoce como el tercer destino turístico nacional, luego de Cartagena y San Andrés.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



crecimiento económico y nuevos empleos directos e indirectos. Igualmente, frente al contexto internacional, el gobierno colombiano busca la generación de un flujo importante de divisas y empleos directos e indirectos, en la medida que logre posicionar varios de los atractivos turísticos como destinos competitivos para los extranjeros que desean visitar el país.

Desde la perspectiva internacional, la Organización Mundial de Turismo, y la Organización Mundial de Comercio (OMC) influyen de manera contundente para que el turismo gane presencia en la agenda de las políticas públicas y por lo tanto los distintos gobiernos la incluyan en los respectivos planes de desarrollo. De un lado, la OMT, reconoce que es la actividad de mayor crecimiento en el comercio mundial por encima de la exportación de petróleo y de los automóviles. De otro lado, la OMC, va un poco más allá al argumentar que, el turismo es la mayor industria del mundo, una de las más dinámicas que representa más de un tercio del valor total del comercio mundial de servicios. Es un sector con gran intensidad de mano de obra, es una importante Fuente de empleo, en particular en zonas rurales y alejadas. Es probablemente el único sector de servicios que ofrece oportunidades concretas y cuantificadas en materia de comercio a todos los países, independientemente de su grado de desarrollo.

De acuerdo con lo anterior, se formula la Ley 300 de 1996 y el Decreto Reglamentario 219 del 2000 que institucionaliza la Política turística para una sociedad que construye la paz, y sirve de marco orientador para que se pusieron en marcha a partir de 1997, los Estudios de Competitividad del Sector Turismo. A partir de este trabajo, se elabora una caracterización del sector y se expone el estado del arte de la actividad, pero sobre todo, se llama la atención, en el contexto nacional, sobre la importancia de formular políticas y orientaciones para ordenar y promover el turismo como actividad relevante en cuanto a los beneficios económicos que puede reportar para el país⁷.

⁷ Actualmente en Colombia, el sector contribuye con el 1.9% del total del PIB (US\$ 3.524 millones). aporta el 7.5% del total de la inversión en capital con US\$ 3.431 millones, y genera 386.000 empleos directos; el equivalente al 1.8% del total de empleos en el país. Para el 2018, se espera que la producción bruta del sector turístico colombiano sea de US\$ 4.801 millones, lo que supondría un crecimiento anual de 4%. Adicionalmente se espera una inversión en capital de US\$ 4.934 millones y una generación de 478.000 empleos directos; lo que equivaldría a un crecimiento 2.6% en la creación de empleos.

El sector para Colombia, es una Fuente de negocios e inversión tan buena como el petróleo y sus derivados, pero mejor en cuanto al reparto de sus beneficios y a su efecto dinamizador sobre el resto de la economía. Según proexport, Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina y según el World Travel & Tourism Council (WTTC) para el período 2009-2018, se espera un crecimiento real anual de 4% en la demanda por viajes y turismo en Colombia, pasando de US\$ 10.753 millones a US\$ 15.753 millones en el 2018.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



El estudio mencionado, avanza sobre la definición de: Dos clusters turísticos - vacacionales – Costa Caribe, Costa Pacífica –, cuatro clusters difusos – Boyacá, Eje Cafetero, San Agustín- Tierradentro, Ecoturismo: Parques Nacionales Naturales, Llanos, Orinoquia y Amazonia – y cuatro clusters a partir de grandes ciudades – Bogotá y zona de influencia, Antioquia y frontera con Panamá, Suroccidente, Santanderes – De esta manera, se abarca toda la geografía nacional, explorando las debilidades y fortalezas de cada región. Con base en estos análisis, formula las líneas estratégicas de acción para mejorar la competitividad de cada una de las regiones y los respectivos clusters presentes en ellas (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2003).

En el año 2001, con base en el documento "Política Turística para una sociedad que construye la Paz", si bien es cierto que se le quiere dar un contenido social al sector, su objetivo principal propone fomentar su competitividad a través de la suscripción de convenios entre los sectores público y privado para promover destinos y productos turísticos que contribuyan a fortalecer el mercado interno, ya que en la medida que esto se lograra, se tornarían más competitivos para el mercado internacional.

Luego se le da un mayor alcance a la política de turismo, a partir de planteamientos como: la profunda crisis por la que atraviesa el país exige de todos los sectores esfuerzos considerables para contribuir a la consolidación de un nuevo modelo de organización social en el que se generen oportunidades de empleo y de riqueza en un contexto de equidad, de seguridad y de convivencia respetuosa, mejorando la calidad de vida de todos los grupos sociales. Desde esta perspectiva, se llega a considerar al Turismo, en el marco del Estado comunitario, como una herramienta de gran valor para la reconstrucción de la confianza del ciudadano en su país, las organizaciones y en los representantes del Estado. Su gestión implica un acercamiento entre todos los agentes (sector público, sector privado) que a través de objetivos comunes logren impulsar el desarrollo competitivo de los destinos (DNP, 2007).

Las actuaciones anteriores se constituyen en la base para institucionalización de los procesos a partir de una participación amplia de actores, tanto oficiales, como mixto y privado. El oficial integrado por el Ministerio de Desarrollo Económico, sus entidades adscritas y vinculadas, las entidades territoriales., departamentos, Distritos, municipios y las Entidades Territoriales Indígenas que estén en condiciones de ejercer funciones relacionadas con el sector. El mixto, integrado por el Consejo Superior de Turismo, el Consejo de Facilitación Turística y el Comité de Capacitación Turística; el privado, compuesto por prestadores de servicios turísticos, los gremios, y las asociaciones de promoción y desarrollo turístico. De esta manera la política crea las condiciones para la participación amplia de los distintos actores relevantes y por lo tanto las

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



reglas del juego serán conocidas por todos e inclusive algunas son concertadas en el Consejo Superior de Turismo.

Las experiencias anteriores sirven de base para que los aprendizajes obtenidos fueren acopiados en el documento “Turismo para un nuevo país; Plan Sectorial de Turismo 2003- 2006”⁸, en el que, además de las autoridades nacionales, intervinieran las autoridades regionales, los empresarios, la academia para plasmar orientaciones de diversos matices. Sin dejar de lado, el componente económico, se propone enmarcar las acciones en función del Ecoturismo, como uno de los ejes fundamentales del turismo sostenible, siguiendo las tendencias internacionales, en el cual el país centraría sus acciones en las próximas décadas, con base en lineamientos clave, como: destinos turísticos competitivos; infraestructuras de buena calidad; seguridad para los viajeros; fuerza empresarial eficiente; conocimiento de los mercados y promoción en torno a productos prioritarios; formación, capacitación y cultura del turismo; información oportuna para la toma de decisiones; cooperación internacional, financiación e incentivos.

De la misma manera, se estructuran ocho líneas estratégicas como lineamientos para que las regiones y localidades propendan por un desarrollo ecoturístico ordenado que genere beneficios para las comunidades y para los empresarios con mínimos impactos sobre el entorno y sobre la cultura local (Gobernación del Magdalena *et al*, 2009).⁹

⁸ La ley 300 define cuatro tipos de turismo a promover: Ecoturismo, Etnoturismo, agroturismo y acuaturismo, pero el Documento Turismo para un nuevo país, le da mayor preponderancia al Ecoturismo, bajo el criterio orientador de la sostenibilidad o la intervención con el menor daño posible.

⁹ La Agenda prospectiva Regional, de Ciencia y Tecnología e Innovación del Magdalena, plasma las líneas estratégicas, que se transcriben textualmente a continuación: “La primera de ellas – ordenamiento y planificación de las áreas – sienta las bases para que todas las zonas públicas o privadas destinadas a desarrollo ecoturístico tengan en cuenta las disposiciones en materia de uso de suelos y planes turísticos y/o ambientales vigentes en la jurisdicción. Mediante diversas herramientas ya conocidas se establecen unos requerimientos mínimos para emprender el desarrollo de un destino ecoturístico. “La siguiente estrategia establece unas recomendaciones prácticas para la obtención de una infraestructura y planta turística adecuadas y hace un listado de las actividades asociadas al ecoturismo. “La tercera estrategia – establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos – se detiene en las medidas aplicables para minimizar impactos sobre el suelo, sobre los recursos hídricos, sobre la vegetación, sobre la fauna silvestre, sobre el paisaje y sobre aspectos sanitarios. La siguiente estrategia – determinación de las responsabilidades de los actores regionales y locales – busca que los custodios, los operadores, los promotores, los empresarios prestadores de servicios, la comunidad local, el ecoturista y otras instancias asuman actuaciones claras para la aplicación de los principios de esta política. La estrategia que se refiere a la formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales destaca la trascendencia de este elemento como mecanismo de lograr la competitividad y la sustentabilidad de los procesos. Las tres estrategias siguientes - investigación de mercados y diseño de producto; desarrollo de estándares de calidad; promoción y comercialización de los servicios – cierran el círculo de los elementos técnicos que un destino ecoturístico debe aplicar

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



En el año 2007, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo le incorpora a la política nuevos elementos, a partir de definir una visión del turismo colombiano y los objetivos que conducen a su logro, de acuerdo con la Agenda Prospectiva, la necesidad de fortalecer siete productos básicos: “sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ecoturismo, deportes y aventura, ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último, se conjugan subproductos como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos. A través de estos productos se recoge prácticamente la totalidad de la oferta turística colombiana, la cual se buscará potencializar en los acuerdos de competitividad que el Ministerio ha venido firmando con todas las regiones del país. Así, la visión plantea la necesidad de que las regiones se especialicen y de esa forma, generen aspectos diferenciadores de su oferta, que las hagan más competitivas”.

Recientemente el Ministerio de Comercio Industria y Turismo formuló el Plan Sectorial de Turismo 2007- 2010, en donde se proponen seis objetivos estratégicos: Internacionalización de la Economía; Más y Mejor de lo Bueno; Sectores Nuevos y Emergentes; Colombia destino Turístico de Clase Mundial; Gestión del Desempeño; y Comunicación e Imagen. Los primeros cuatro objetivos son misionales, es decir que apuntan al cumplimiento del quehacer del sector y los dos siguientes son transversales, o sea, que se constituyen en el apoyo requerido para tener un mayor impacto en los objetivos misionales. Estas orientaciones también incluyen derroteros como que el turismo se debe construir desde los niveles locales y regionales, fortaleciendo el proceso descentralizador de modo que las entidades territoriales definan sus políticas en esta materia y puedan recibir apoyo técnico desde el nivel nacional, quien contribuirá a diversificar los servicios turísticos, a mejorar su calidad, a empoderar a las comunidades locales en torno a la gestión de esta actividad.

Las comunidades turísticas de las regiones, al participar en el proceso de toma de decisiones que favorezcan el desarrollo de los destinos turísticos, van a entender su papel de convertirse en veedoras de la transparencia de las actuaciones de los entes públicos que tienen que ver con el turismo.

Una vez se haya avanzado en esta dirección, se ve claro cómo el turismo puede contribuir al fortalecimiento institucional, a recuperar el tejido social y a reconstruir la legitimidad de los entes que lo representan. Todo este proceso visto dentro de una dinámica – plataformas regionales y ambiente competitivo- permitirá potenciar las oportunidades que tenga cada destino, venciendo los comportamientos no competitivos que subyacen en la práctica turística.

De acuerdo con lo anterior, la política actual de turismo, además de proponer mejorar la competitividad de los destinos y de los productos turísticos de las

para ser eficiente, llegar a los segmentos del mercado que le interesan y producir satisfacción en los usuarios de sus servicios.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



diferentes regiones y el país en general para el aumento sustancial de sus ingresos, incremento de la participación de las comunidades en la prestación de los servicios, genera las condiciones para que los entes territoriales se comprometan con estructurar en sus respectivos espacios y especificidades la actividad con base en la tríada regional: Conectividad, Compromiso Cívico y Calidad de Vida. Ello requiere, a su vez, un trabajo consistente para desarrollar sus activos denominados genéricamente las siete formas de capital: natural, financiero, de infraestructura, institucional, cultural, de conocimiento y humano, de acuerdo los siguientes objetivos trazados por el DNP:

- ✓ Fortalecer la gestión turística de las entidades territoriales con el fin de que asuman de manera eficiente el compromiso de mejorar la competitividad de los productos turísticos regionales y locales.
- ✓ Hacer la gestión ante las instancias pertinentes con el fin de mejorar la infraestructura de apoyo al sector turístico con el objeto de brindar un buen servicio en los diversos destinos.
- ✓ Trabajar con las autoridades y con la comunidad en programas de seguridad en todos los destinos, especialmente en las temporadas altas.
- ✓ Estructurar en coordinación con los empresarios programas de sensibilización orientados a fortalecer la unidad gremial y a obrar de manera conjunta, a favor de los destinos turísticos del país.
- ✓ Identificar y analizar los perfiles de los consumidores turísticos con el fin de elaborar planes de mercadeo y estrategias de promoción basados en segmentos específicos del mercado.
- ✓ Fortalecer los programas de promoción, con énfasis en los productos de los diversos clústers, tanto para el turismo interno como para el turismo internacional.

Coordinar con las entidades públicas y privadas que manejan los programas de educación para el turismo de tal manera que los contenidos de los programas se adecuen a las necesidades de los empresarios y estructurar programas de sensibilización de las comunidades receptoras y de los diferentes actores que tienen que ver con el turismo en los destinos.

Crear instrumentos que permitan mejorar la calidad de los servicios turísticos con el fin de garantizar al usuario una prestación eficiente de los mismos.



Generar sistemas de información para el turismo con el fin de garantizar su disponibilidad permanente para el inversionista y para los encargados de tomar decisiones en el sector.

Propiciar y fortalecer instrumentos de cooperación e integración turística con el fin de que el país aproveche los espacios que la experiencia internacional ha consolidado en materia de gestión turística.

Hacer accesible el crédito y los diferentes mecanismos de apoyo a la gestión empresarial existentes en el Estado, especialmente para las mipymes turísticas (CONPES 3487, 2007).

De la misma manera el Documento anterior, reconoce que la “Región Caribe colombiana es fundamental para la inserción del país en el Gran Caribe. El potencial turístico de la región es manifiesto. Desde la Constitución se destaca el papel de los distritos turísticos de Cartagena de Indias y Santa Marta a los que se les consagra un régimen especial. La Ley 768 de 2002 que los reglamenta establece mecanismos para que estos participen en el proceso de planificación del turismo y trabajen en consonancia con la Nación en el fortalecimiento de esta industria” (ibíd., 2007).

4.3. Revisión de la planificación que se ha dado en Santa Marta, con especial referencia al Plan sectorial de Turismo 2009- 2011

La Costa Caribe y en particular el Departamento del Magdalena y Santa Marta, se constituyen en un territorio con importante y variada dotación de recursos naturales: ríos, entre ellos la principal fuente hídrica del país: el Magdalena, ciénagas y la dotación de mar y playas; la belleza natural, paisajística y cultural de la Sierra Nevada de Santa Marta y sus parques nacionales naturales y una configuración geográfica de ciudad región por la cercanía de sus centros económicos dinámicos, las capitales de varios de los departamentos de la región y varias de las principales ciudades del mismo departamento.

En general cuando desde la Administración Departamental del Magdalena se hace mención al turismo, el DTCH se constituye en un referente de necesaria alusión, ya que este no es posible dejarlo de lado, tanto a la hora de formular los planes, como para las acciones contempladas en la asignación de los recursos, en los distintos ámbitos gubernamentales, a tal punto que tal como se observa más adelante se incurre en una posible rivalidad de funciones entre la Administración Departamental y la Distrital. Esta situación, más que constituirse en una dificultad, es clave asumirla como una oportunidad para la concertación de políticas y medidas a seguir, como para la unión de esfuerzos y recursos.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Es evidente la vocación turística de Santa Marta y sus entornos, tres parques nacionales naturales, dos reservas mundiales de la biosfera, un santuario de fauna y flora, un humedal Ramsar y un patrimonio de la humanidad, como lo es la Sierra Nevada de Santa Marta; expresiones culturales en folclor y literatura, al ser Magdalena cuna del único premio Nobel con que cuenta Colombia, Gabriel García Márquez, la presencia de los Tayrona y desde el ámbito histórico, la ciudad más antigua de América fundada en tierra firme por los españoles.

Desde principios del Siglo XX se considera a Santa Marta como destino importante dotado de belleza natural, atractivos turísticos en general y un lugar mágico para visitar y disfrutar, pero la dirigencia interna, reflejada en sus gobernantes y dirigentes políticos, sólo se vienen a percatar de la importancia de esta dinámica económica y social a fines de los años 80, cuando el Congreso de la República, mediante el Acto Legislativo 03–89, erige a la ciudad como Distrito Turístico Cultural e Histórico, en reconocimiento a la ciudad que inició la vida de la Nación con su fundación y desarrollo. La Constitución Política de 1991, confirmó dicha designación, que luego se constituye en la Ley 768 de 2002, la cual se constituye en un hito para que el asentamiento y sus entornos sean redescubiertos para el turismo como actividad de importante potencialidad económica y social del futuro.

En el marco de la orientación política que se presentó en el numeral anterior, la Corporación Nacional de Turismo inicia varias acciones en beneficio de la ciudad, entre ellas monumentos, mejoramiento de infraestructura física, y hotelera. En 1994 se lleva a cabo en la Ciudad el Primer Congreso Nacional de Ecoturismo y el Primer Simposio Nacional sobre Medio Ambiente y Ecoturismo. Las memorias de estos encuentros y manifestaciones le van dando cabida a la elaboración de documentos técnicos que luego sirven de soporte al proceso de planificación. Como El Plan Maestro de Turismo para el Litoral Caribe Colombiano, el cual resalta la importancia de potenciar la zona como destino turístico sostenible y para apuntarle a este propósito sugiere, que además de los objetivos económicos y sociales que reporta la actividad, es relevante preservar y valorizar los Recursos Naturales del Litoral Caribe colombiano, a través de estrategias como:

- ✓ Hacer compatible el desarrollo turístico del Litoral Caribe colombiano con el respeto al medio ambiente; Promover, a través del desarrollo turístico, una mayor sensibilización hacia el cuidado del entorno medioambiental y urbano por parte de la población local; Contribuir a la conservación del medioambiente mediante su puesta en valor y la obtención de recursos necesarios para su mantenimiento.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Posteriormente la Agenda de Competitividad del Magdalena, “plantean como uno de sus objetivos, el posicionar al departamento en la economía nacional e internacional en la oferta de bienes y servicios “verdes”, siendo una de sus apuestas productivas el turismo con las líneas especializadas de negocio: naturaleza y rural, sol y playa, náutico y fluvial, cultural, aventura y eventos y congresos” (Distrito de Santa Marta, 2007) y es a partir de estos trazados de donde surge la idea de posicionar a Santa Marta como el primer destino ecoturístico del país, en el mercado doméstico e internacional, para lo cual era necesario estructurar un plan orientador de proceso, con base en objetivos como: Lograr la coexistencia entre la riqueza natural, el patrimonio cultural e histórico y el turismo hacia un desarrollo sostenible; posicionar a Santa Marta como destino de eco turismo; deportes de aventura y náuticos; historia y cultura; congresos y convenciones; lograr el encadenamiento del sector turístico y sus actores; Contar con una campaña estructurada de promoción nacional y lograr la culturización ciudadana en cuanto a civismo, turismo, medio ambiente y bilingüismo.

Los anteriores lineamientos, son concordantes con las orientaciones de la política trazada desde el nivel central para poner en escena las estrategias de desarrollo del turismo en los niveles territoriales. Es con base en esta motivación que el turismo se incorpora orgánicamente en el Plan de Desarrollo Departamental, por medio de Ordenanza de 2008, la cual contempla aspectos organizacionales para el sector, la concertación entre los actores para la formulación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Departamental con visión de largo plazo que refleje las potencialidades turísticas de las subregiones y se soporte en un trabajo sistemático y permanente con los actores institucionales, sociales, gremiales y empresariales del sector.

La Institucionalización y fortalecimiento del Comité Departamental de Turismo; activación del Convenio de Competitividad Turística con el Ministerio de Comercio, industria y turismo, la creación de un sistema de información integral turística como plataforma para el ordenamiento turístico, que permita la toma de decisiones oportunas por parte de gestores, inversionistas turísticos y consumidores; promover el traslado del aeropuerto Simón Bolívar de Santa Marta y la articulación del área despejada con la zona de Pozos colorados y la Zona Franca Turística.

En general el plan departamental contempla varios ámbitos de intervención, algunos de ellos de competencia directa del Distrito de Santa Marta y por lo tanto de necesaria concertación con esta entidad territorial, en cumplimiento de los principios de complementariedad y concurrencia entre los dos niveles territoriales de gobierno.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



En concordancia con la política nacional, cuatro ejes estratégicos le dan al Plan Turístico de Santa Marta su estructura principal, a saber: 1) Posicionamiento y Competitividad de Santa Marta como destino de alto nivel; servicios Turísticos, Equipamientos e Infraestructura; 2) Generación de Competencias para el capital humano de soporte al desarrollo turístico e innovación, 3) la Institucionalidad y 4) la Gestión Turística.

En esta misma línea el Plan se encuadra en la “visión que se contempla en el Plan de Desarrollo Distrital de Santa Marta “La Prosperidad Colectiva de Ciudad 2008-2011”, para la puesta en marcha del Plan Sectorial de Turismo, será necesario el trabajo mancomunado de todos los actores de turismo que ven en Santa Marta un destino de talla mundial en el futuro, con un medio ambiente sostenible, un ejemplo de cultura samaria, y unos visitantes satisfechos de la experiencia que es disfrutar a Santa Marta, la Perla de América. En esa perspectiva al 2025 Santa Marta será una ciudad líder del turismo sostenible en Colombia y el Caribe y en función de este mismo, asume como orientación para la gestión los siguientes principios:

- ✓ Concepción integral: orientada a comprender la dinámica del Turismo como explicación de los distintos elementos que la integran, su funcionalidad e interacción, los diversos actores, los flujos y la visión de Clúster.
- ✓ La transversalidad: Las opciones de desarrollo turístico de un territorio, es resultante de la concurrencia de otros sectores y componentes del desarrollo general, es decir hablar de la calidad de un destino turístico es percibir el desarrollo de la ciudad en su conjunto.
- ✓ Equidad. Los retornos de la Dinámica Turística han de traducirse en inclusión y Bienestar de los Samarios.
- ✓ Diversificación. Potenciar las diversas opciones y modalidades de turismo dada la riqueza del territorio desde la perspectiva, de las (4) vocaciones de ciudad, Patrimonial, Turística, Ambiental y Portuaria, otorgan opciones para compatibilizar ofertas, y asegurar su articulación y proyectar una imagen sólida del destino Multiculturalidad. Se reconoce la diversidad cultural la necesidad del diálogo intercultural es parte intrínseca de la identidad, la convivencia y la integración para asegurar la vocación turística por excelencia de la ciudad.
- ✓ Articulación. Asociada a la integración de esfuerzos de diversos niveles territoriales, que potencien el destino, su liderazgo, en los ámbitos nacional, regional, departamental y Distrital.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



- ✓ Adaptación. Relacionado con las características del ciclo del producto, en la identificación y potencialidades del proceso de producción-consumo, Compra consumo, y transformación constante introduciendo nuevas ofertas y servicios turísticos, creando nuevos nichos de mercado y orientando la demanda del cliente. (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2007)

El Plan señala como problemas y por lo tanto puntos críticos de prioritaria atención los siguientes aspectos:

- ✓ Baja calidad en los servicios turísticos, la cual se evidencia en bajos estándares de calidad en la operación de los circuitos, hospedajes y guianza principalmente. Esta deficiencia se presenta en algunos hoteles no agremiados, agencias de viajes informales y algunos guías de turismo.
- ✓ Deficiencia en infraestructura para la oferta turística: Existen diversidad de atractivos y recursos turísticos que son poco aprovechados debido a la dificultad para acceso por la deficiente infraestructura en vías, y la ausencia de muelles turísticos.
- ✓ Débil posicionamiento de Santa Marta como destino: la falta de estrategias que ayuden a abrir nuevos mercados internacionales en dicho sector, hace que seamos un destino con múltiples ofertas turísticas, pero sin ser reconocidos por aquellos turistas deseosos de conocer buenos destinos. La ausencia de integración de actores para la estructuración promocional y el Marketing de ciudad, el no conocimiento de la segmentación del mercado, además de situaciones conexas de seguridad, presencia de fuerzas al margen de la Ley, y desprestigio institucional, han hecho que la imagen de ciudad sea desvirtuada y en muchos casos desinformada.
- ✓ Débil gestión institucional: el turismo siendo un eje transversal al resto de los temas de la ciudad y teniendo tanta influencia en ella, es evidente que debe ser regulado, gestionado, promovido por una institucionalidad fuerte que represente y coordine los esfuerzos de la ciudad hacia el mejor nivel de competitividad y hacia el fortalecimiento del turismo como renglón económico y como generador de prosperidad. Uno de los grandes temas de este documento es la creación de una institucionalidad más fuerte y con mayor capacidad tanto de Planeación, financiera como de recurso humano que trabaje coordinadamente con los niveles locales y nacionales para que gestione, regule y controle el sector del turismo en la ciudad.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



- ✓ Mejorar la calidad en los servicios turísticos: orientado a fortalecer los elementos que intervienen en la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, en materia de recursos humanos de alta calidad incorporados, uso de tecnologías, atención al turista, precios competitivos, capacidad organizativa y procesos de certificación, además de la oferta de formación permanente y de alto nivel, serán garantes para que se logre demanda creciente y efectiva satisfacción de los visitantes. Con servicios óptimos, y de alta calidad el destino puede aleccionar su mercado y elevar el nivel de sus visitantes con resultados favorables en los ingresos de toda la cadena turística y efectos multiplicadores a los habitantes.
- ✓ Mejorar la infraestructura en función de la imagen deseada de los destinos turísticos: una suficiente capacidad en la prestación de servicios públicos, que no se desborde la capacidad en los picos más altos de las temporadas y que permita incrementar la oferta de alojamiento y hospedaje en algunas zonas de la ciudad, será de gran ayuda a la hora de seguir mejorando la competitividad de Santa Marta. Gracias a la cantidad de atractivos y recurso que posee la ciudad y al ordenamiento de los territorios en las declaratorias se podrá acceder a ellos de manera sostenible y cuidando de no generar deterioro para ello la infraestructura de conectividad, puertos, muelles y carreteras debe estar en perfecto estado de modo facilite la movilidad con ahorros de tiempo, y celeridad en la llegada a los lugares destino.
- ✓ Lograr el posicionamiento de la ciudad como destino turístico sostenible: este es el resultado de todo el proceso de gestión de calidad, de promoción de mejoramiento del destino a esto debemos apuntar de manera sistemática y bajo un orden dirigido por una planificación de constante retroalimentación con el mercado.
- ✓ Fortalecer la gestión institucional: la capacidad de Gestionar el Desarrollo Turístico, será la medida de su desempeño. La institucionalidad base de dicha gestión, partiendo de la generación de capacidades al interior del gobierno local, fortalecimiento de los gremios del sector con una visión de clúster, la organización comunitaria y social, la vinculación de la academia, será tarea central que apunte a generar capacidades para la toma de decisiones del sector. Información, indicadores, sistemas de monitoreo y previsión tecnológica para el sector de tal manera que las intervenciones, apertura de nuevos nichos de mercado, reduzcan la incertidumbre y sustente la capacidad de riesgo que también el sector impone. La difusión, la cultura ciudadana, la cultura turística del samario, será pieza central de esta institucionalidad,

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Los medios de comunicación consolidaran el imaginario colectivo que apropia la dinámica turística.

Señala el plan que uno de los serios problemas que enfrenta la oferta de alojamiento en la ciudad, es la alta presencia de la hotelería informal, que se caracteriza por poner al servicio apartamentos y casas que sin el lleno de requisitos son ocupados por un porcentaje importante de turistas, que superan la capacidad actual de los hoteles oficialmente declarados. La regulación de este tipo de servicios demanda con urgencia, un ordenamiento de ésta oferta para asegurar no sólo calidad, sino mayor control sobre la oferta. Concomitante con este problema se señala la necesidad de frenar la fuga de recursos por este tipo de servicios, ya que buena parte de los ingresos y se fugan de la ciudad, por que los apartamentos y casas pertenecen a propietarios ausentistas.

A partir de los puntos centrales del Plan Turístico de Santa Marta, a continuación se presentan algunas reflexiones que señalan puntos críticos del mismo.

Con relación a la temporalidad prevista en el documento, el plan se propone como un ejercicio prospectivo y estratégico para ser ejecutado entre 2009 y 2011. Es una temporalidad limitada a solo dos años. Por lo tanto pierde la dimensión de mediano y largo plazo que es clave en una actividad central para la ciudad y sus entornos territoriales. Si bien, a favor del corto tiempo que se estipula en el plan, se puede argumentar que sólo tiene en cuenta lo que resta del periodo del actual mandatario, desconoce el sentido de lo estratégico del sector para la ciudad entregando un mensaje contradictorio con los referentes de política nacional. El turismo para el Distrito no puede ser asunto de un alcalde, sino de uno de los ejes fundamentales de la dinámica económica y social de un territorio con condiciones intrínsecas para estos efectos; no es un tema coyuntural, por el contrario es estructural para ser asumido desde el ámbito de las políticas públicas de largo alcance y profundas repercusiones en la sociedad samaria en general y que involucra a la gente, sus acervos sociales y económicos, entre ellos el territorio construido socialmente, hoy y por construir en el futuro.

Desde la política nacional se propone posicionar a Santa Marta como destino de primer orden, tanto nacional, como internacional y en este orden de ideas, los gobernantes territoriales y la dirigencia, en general encuentra en dicho planteamiento un pretexto clave para la gestión, pero en forma coherente con esa intencionalidad manifiesta.



En este orden de ideas, el Plan Estratégico y Prospectivo de Turismo hace referencia al ordenamiento territorial, pero lo asume como uno de los aspectos a tener en cuenta, como parte del contexto. Tal vez este punto es consecuencia de la corta temporalidad que se confiere a las acciones que sugiere dejar de lado aspectos de fondo, como lo es la caracterización de uso actual de espacio, la identificación de los conflictos de uso y en la planificación prospectiva de largo plazo la zonificación en función de la intervención sostenible.

Santa Marta, el Departamento del Magdalena y la región Caribe en su conjunto, se constituye en una zona geoestratégica para el Estado colombiano, en la medida que esta localización prolonga la soberanía del Estado sobre el Caribe en cerca de 589.560 Kilómetros cuadrados, que junto con la prolongación sobre el Océano Pacífico prácticamente duplican el territorio. Esta circunstancia configura nuevas oportunidades, tanto productivas, como de turismo e investigación en la plataforma continental, zona económica exclusiva. Este aspecto vale la pena revisarlo desde la perspectiva científica.

Con relación a la “hotelería paralela”, si bien es cierto que se considera como problema urgente de resolver, es clave que no solamente se le considere como una actividad que se desarrolla en la ilegalidad y por lo tanto se trata de cumplir la norma. En efecto, se trata de avanzar en la formalización del servicio, pero también de aspectos pedagógicos y de difusión sobre las bondades que reporta dicho proceso. Se sugiere pensar, de parte de los empresarios de la hotelería formal que quienes se dedican a prestar paralelamente el servicio, no son su competencia desleal, sino que pueden convertirse en sus aliados y por lo tanto proponer mecanismo de acercamiento, asesoría y organización con el apoyo de la institucionalidad oficial.

5. ANÁLISIS COMPARATIVO DE CASOS INTERNACIONALES DE OFERTA HOTELERA PARALELA

El desarrollo del turismo mundial se ha visto marcado por una modalidad informal de hotelería, que ha surgido en todos los países y se ha extendido de forma acelerada, llegando a superar en ciertas zonas a la hotelería tradicional. En el presente estudio se analiza cómo se ha enfrentado el fenómeno en países de la Unión Europea como España, Francia e Italia, en donde el turismo tiene una tradición y desarrollo notables; y en algunos países de Latinoamérica como México y Brasil.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



La definición misma del concepto para definir esta modalidad de alojamiento genera controversia entre los diferentes actores interesados. En Colombia se ha presentado una especial dificultad para definir el fenómeno a partir del término de *hotelería paralela* debido a las especiales connotaciones que tiene la preposición *para* en la opinión pública nacional. Aunque es claro que en el país existen actividades como los para-médicos, y los recaudos parafiscales que, definidos así en la normativa legal no generan ninguna controversia conceptual; los fenómenos del *para-militarismo* y la *para-política* han hecho mella en el imaginario de la población haciendo que el concepto de para-hotelero sea rechazado inmediatamente por los interesados; pues si bien su actividad no ha estado regulada hasta un período reciente, no se puede asimilar a una actividad delictiva como las referidas anteriormente. Esto ha hecho que algunas formulaciones de políticas (por ejemplo un proyecto de ley en cuya exposición de motivos endilga a la hotelería no formal vínculos con actividades ilícitas), encaminadas a tratar el fenómeno sean mal recibidas.

No es fácil entonces solucionar este problema de lenguaje y se requiere ser flexible en cuanto a la denominación de la actividad.

A manera de ejemplo, en el lenguaje internacional se ha utilizado frecuentemente el término de *intrusismo* para referirse a esta problemática de la competencia desleal que ejercen actividades no legalizadas en contra de las actividades formalmente establecidas, y esta expresión se refiere más a una competencia desleal que a una acción de suplantación legal.

En el caso colombiano, se sugiere la utilización del término de *hotelería informal* o de *alojamiento informal no hotelero*, conceptos que tal vez sean más acertados para definir la actividad sin generar susceptibilidad y reacciones de rechazo, si de lo que se trata es de motivar a dichos agentes a formalizarse.

Cabe aclarar que en el presente documento se utilizarán diversos conceptos tanto de intrusismo como de hotelería paralela, pues se trata sólo de lograr una identificación precisa del fenómeno y que sirva de soporte al diagnóstico acerca de sus modalidades, cobertura y efectos; que sirvan de base a la definición de la política pública, y permitan una aplicación eficaz de la misma.

Al abordar el problema se nota una falencia conceptual pues hasta ahora se ha hecho más énfasis en las medidas policivas y fiscales, las cuales han resultado insuficientes hasta la fecha.

Existen múltiples causas explicativas del fenómeno y el abordaje conceptual que se limita a mostrar los impactos de la competencia desleal en los ingresos de la hotelería formal no ha permitido descubrir las motivaciones que inducen a algunos turistas a preferir los alojamientos no registrados y que puede tener

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



algunas motivaciones adicionales a los costos. Por ello este trabajo consultará a los turistas que hacen parte de ese sector de la demanda, para conocer, sin supuestos previos, sus reales motivaciones.

Una política integral que se encargue de tratar el tema de la hotelería informal posiblemente debe incluir además de las actividades policivas y la imposición tributaria, una revisión de los modelos de desarrollo turístico, que en la actualidad estimulan la construcción y venta de inmuebles en las zonas turísticas a personas que no son residentes, sin exigencia de estándares ambientales ni arquitectónicos que preserven el entorno y la destinación turística del inmueble.

Para lograrlo se buscará una comprensión de las características socio-económicas de los turistas y considerar además las preferencias de los turistas, los servicios a los que acceden los usuarios de la hotelería informal, las brechas en los niveles de precios, y las facilidades u obstáculos para la formalización.

En el tema normativo resulta claro que la legislación se ha quedado corta hasta ahora ante la realidad tan cambiante y heterogénea de la hotelería informal. Mientras algunos arrendadores de apartamentos turísticos constituyen empresas turísticas para realizar su actividad, otros lo hacen mediante sociedades inmobiliarias, algunos lo ejercen de manera totalmente informal, y en otros casos resultan ser operaciones aisladas que no constituyen el principal medio de trabajo e ingreso del arrendador. En la práctica, las características de este tipo de hotelería resultan tan diferentes y cambiantes que la legislación no alcanza a cubrirlas todas, y ello puede restringir la formalización por la dificultad de tipificar las referidas modalidades en las categorías normativas que establecen las leyes y decretos promulgados a este efecto.

Si la referida heterogeneidad de la oferta limita la acción de la norma, esta última debe desarrollarse para cubrir las diversas modalidades del fenómeno y permitir así la aplicación de las normas.

Todo lo anterior nos indica que en este tema existe una especial dificultad de adoptar un escenario de solución que respete al mismo tiempo la libertad de los agentes que operan en una economía de mercado, salvaguarde la legalidad, respete la elección del turista y considere los diferentes segmentos de la demanda; pues hay que evitar que la legislación restrinja la libertad de empresa al mismo tiempo que de protección a la sostenibilidad ambiental del entorno, eleve la calidad del servicio, garantice la seguridad de las personas y genere las condiciones para que todos los que desarrollan actividades empresariales cumplan con sus deberes tributarios.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



También se debe evitar que las normativas limiten el disfrute del turista asumiendo como dado, que las decisiones también tienen que ir encaminadas a proteger a los empresarios turísticos formales y a la legalidad como principio. De manera que conciliar todas las posiciones y principios que se entrecruzan debe ser un fundamento de la política pública y de la normatividad con respecto al tratamiento del tema de la hotelería informal.

Como ocurre con todas las normas, su eficacia depende de la capacidad del Estado de garantizar la supervisión y el control para que se mantengan en el marco de la legalidad y asegurar el recaudo fiscal cuando fuese el caso; pues una tradición conocida es el desfase entre el rigor normativo y la capacidad estatal de asegurar su respeto e implementación, lo cual está cruzado por la carencia de recursos humanos, técnicos y fiscales para la inspección. Está además afectado por problemas de corrupción en los agentes públicos; y por último la informalidad no es un fenómeno que sólo se presente en la hotelería, pues en el campo laboral la mayor parte de empleos generados son informales y las empresas no registradas crecen más aceleradamente que las formales.

A la insuficiencia de personal de inspección y auditoría en los países en desarrollo, se une la carencia de medios técnicos suficientes, de locomoción para los auditores, y la escasa prioridad que se otorga a este problema, lo que ha permitido que adquiera tal extensión que haya terminado generando usos y costumbres abusivos de parte de la oferta, e incluso aceptados por los usuarios, como por ejemplo pagar anticipadamente por un servicio de calidad aún no conocida y sin posibilidades de reclamación en caso de estafa.

En nuestro medio no existen experiencias de protección al turista que utiliza la hotelería informal y que estén orientadas a garantizarle transparencia en la información de la oferta, tabulación de precios proporcionales a la calidad de los servicios, canales de reclamación cuando fuese objeto de abusos; y protección de la autoridad para garantizar la seguridad y disfrute del ocio por el que está pagando, así sea por canales irregulares. Tampoco hay experiencias de regulación de la convivencia de modo que las acciones de un usuario (ruido, embriaguez, desordenes, mal tratamiento de basuras etc.) no afecten la tranquilidad y el disfrute de los vecinos.

Por último, hay una notable ausencia de estrategias que enmarquen el tratamiento del problema en un contexto de sostenibilidad ambiental de protección de los recursos turísticos (limpieza de las playas, limitación al sobrecupo en los apartamentos y habitaciones, y racionalización del uso de los servicios públicos). En el caso del Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta, si bien las normas existen desde hace varios años y han sido complementadas con definiciones sobre límites de carga a los inmuebles, su aplicación hasta ahora ha sido nula.



Resulta entonces claro que estamos frente a un fenómeno complejo y multidimensional cuyo abordaje comporta elementos jurídicos, en los cuales ya se ha avanzado; y cuya solución sólo será definitiva si involucra a los actores que en medio del desorden existente operan sobre este fenómeno.

Por lo anterior todos los esfuerzos de difusión de las normas legales, consulta a los agentes interesados sobre la mejor forma de implementación de las regulaciones, estímulos a la formalización mediante la simplificación de los trámites administrativos y retorno de los impuestos pagados, con mejoramiento de la presencia de la acción del estado en áreas como la seguridad, la infraestructura de transportes y de servicios. Se debe avanzar a un manejo sistémico del problema, que garantice la protección de la hotelería formal en el marco de la protección del destino turístico, la defensa de la calidad de los servicios, la sostenibilidad ambiental y el mejoramiento de la convivencia social.

Para explicar cuál es el contexto internacional de la hotelería informal, debemos revisar cómo se han desarrollado el marco normativo, la fase de registro, el tema de la inspección, las sanciones, la difusión, la divulgación, la calidad, la protección del cliente; y los mecanismos de seguridad.

Este estudio comprenderá los anteriores ejes temáticos en 5 casos de estudio: Cataluña en España, Francia, Italia, México y Brasil. A partir del tratamiento de todos estos casos alrededor de los temas planteados podremos hacer un mapa general del contexto internacional de la práctica del arrendamiento de apartamentos y habitaciones turísticas no hoteleras.

5.1. Experiencia de Cataluña en el manejo de la competencia desleal en el sector turístico

El caso de Cataluña fue presentado en el seminario de Cotelco-OMT “*Competencia Desleal en los Alojamientos Turísticos: Viejos y Nuevos Retos para el Sector Turístico*” realizado en Bogotá en noviembre de 2009 por Yolanda Castañer González, jefe de Sección de Servicios Turísticos de la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya-España y María Mercè Escrichs, jefe de Registro de la misma entidad. En su intervención explicaron cómo se ha tratado el caso de la hotelería paralela y la evolución legal para su manejo. Cabe resaltar que la reglamentación catalana en la materia es una de las más avanzadas, y comprende desarrollos en términos jurídicos, administrativos y comerciales.

En el caso de Cataluña todos los sujetos que lleven a cabo actividades turísticas han de estar inscritos en el Registro de Turismo de Cataluña. Los

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



establecimientos están clasificados como: establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campings, y establecimientos de turismo rural. Además, las empresas turísticas de restauración, las empresas turísticas de mediación, y las guías turísticas.

La inscripción en el registro turístico de Cataluña es un registro público que asegura que los establecimientos y sujetos turísticos cumplan con una normatividad turística de seguridad y de sanidad. Además, deben cumplir con estándares de calidad que garanticen al usuario una satisfacción en su ejercicio turístico. Finalmente, gracias a que se establece un marco de competencia leal, se defiende al empresario turístico ante el intrusismo y la competencia desleal (Castañer y Escrichs, 2009).

Para manejar el caso del intrusismo existen unos sistemas de control tan importantes como la inspección de la Dirección General de Turismo que se hace antes y después de la inscripción en el registro de turismo. También se hace un seguimiento por internet ya que es el principal vehículo mediante el cual ofrecen sus servicios y hay publicidad de la Dirección General de Turismo para aquellas empresas que son legales, excluyendo a las que no lo son. Igualmente se manejan herramientas como las denuncias de insatisfacción o reclamos que apunten a la ilegalidad de los establecimientos turísticos, y por último se da una colaboración entre los diferentes ayuntamientos y administraciones turísticas en general (Castañer y Escrichs, 2009).

Para intentar controlar toda la oferta ilegal, las administraciones (ayuntamientos, medio ambiente y hacienda) han de velar porque los apartamentos ofrecidos tengan todas las autorizaciones pertinentes. En consecuencia se hacen los controles, pero también se facilita la obtención de estas licencias. En el caso de la licencia municipal los requisitos son tres:

- ✓ Primero, que tenga cédula de habitabilidad.
- ✓ Segundo, que disponga de atención telefónica las 24 horas.
- ✓ Tercero, que tengan formatos para reclamo en caso de insatisfacción del cliente.

Así mismo, la licencia establece que todas las viviendas que faciliten la estancia a tiempos inferiores a 4 meses son turísticas.

Una vez se tiene conocimiento de la existencia de la parahotelería o de cualquier condición de ilegalidad, se cuenta con dos medios principales para actuar en su contra. El primero es la apertura de un expediente sancionador



(Artículo 84 y siguientes de la Ley de Turismo de Cataluña - LTC) que luego de una fase de denuncia y una de inscripción de previo acuerdo, finaliza con un sistema sancionatorio que puede imponer una multa (que es lo habitual) o una advertencia de que el comportamiento es incorrecto y que se debe rectificar (Castañer y Escrichs, 2009).

Las multas varían en cuantías dependiendo de la gravedad, pero si la opción sancionadora no es suficiente, ya que el infractor insistentemente evita ajustarse a las normas, existe la posibilidad de cerrar el establecimiento según el Artículo 97 de la LTC, mediante la apertura de un expediente de cierre con todas las pautas y garantías que conlleva el proceso. Este cierre es muy efectivo debido a que se corta de inmediato con la ilegalidad, pues muchas veces se prefiere asumir el pago de las sanciones que ajustarse a las regulaciones y normativas, por lo cual el cierre se convierte en una herramienta de última instancia (Castañer y Escrichs, 2009).

Las certificaciones de calidad privadas cumplen un papel importante para clasificar y respaldar a los alojamientos legales. Estos gozan de una publicidad y respaldo de calidad reconocidas, y por lo tanto obtienen una ventaja frente a los alojamientos ilegales. Como su nombre lo indica, estas certificaciones son privadas y únicamente concedidas por gremios o calificadoras del sector, que dan cuenta de la calidad del servicio prestado en los establecimientos.

5.2. Hotelería alternativa en Francia: normas administrativas y tributarias para los apartamentos amoblados

Cuando se habla de turismo, Francia es, sin duda, un país que se destaca, y esto por varias razones. Por una parte porque sigue siendo el país que más turismo internacional recibe: según las estadísticas producidas por la OMT, Francia fue visitado en el 2008 por alrededor de 79 millones de turistas extranjeros, produciendo unos ingresos para la economía nacional de unos 55,6 billones de dólares. En el mismo orden de ideas, se estima que el turismo representa alrededor de 6.2 % del PIB y que sigue siendo desde el 2004 uno de los sectores que genera más empleo.¹⁰

¹⁰ Datos tomados de :“ Le tourisme , un secteur economique porteur”, Le Garrec M.A.,2008



Por otra parte, es interesante resaltar que Francia es de los países que encabezaron el desarrollo turístico internacional: Las leyes de las vacaciones pagadas promulgadas por el gobierno del Frente Popular encabezado por el socialista León Blum permitieron que desde el verano de 1936 una franja importante de la población nacional pudiera ejercer su derecho al ocio y se pudiera movilizar hasta lugares turísticos para disfrutar de las vacaciones. El turismo dejaba entonces de ser privilegio de la clase alta, pues la clase media también iba a poder disfrutar de nuevos entornos y según el Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos (INSEE), en el 2004 más del 64% de la población francesa viajó para sus vacaciones (Dauphin, Le Garrec y Tardieu, 2008).

Esta revolución en el campo social tuvo sin duda importantes repercusiones sobre el desarrollo del turismo, convirtiéndolo en una práctica masiva a nivel internacional, momento a partir del cual el turismo registraría sus más altas tasas de crecimiento.

Para que el turismo pueda tener lugar, se necesita ante todo que exista un desplazamiento. Así, según la definición oficial de la OMT (1994) los turistas se encuentran “*fuera de su entorno natural*” y necesitan encontrar algún lugar en donde alojarse. De allí se entiende la importancia que tiene la actividad del alojamiento en la oferta turística y en la calidad de la experiencia del turista. Según el documento “L’offre d’hebergement touristique” (2008) relativo a las diferentes formas de alojamiento, las modalidades que pueden escoger los turistas para alojarse se podrían dividir en cinco: los hoteles tradicionales, la hotelería al aire libre (*campings* en los centros vacacionales asociativos), los condominios vacacionales y los apartamentos amoblados y habitaciones, algunos de ellos clasificados.

En relación a nuestra investigación acerca de la hotelería informal en Santa Marta, es importante realizar un estudio acerca de cómo Francia ha tratado la problemática referente a los apartamentos amoblados y habitaciones turísticas. Interesa conocer de qué manera este país de larga trayectoria turística, pionero en la planificación y la legislación del turismo ha podido formalizar este tipo de oferta, buscando a través de este proceso el mejoramiento de la atención a los turistas, la competitividad y la sostenibilidad de los destinos, y en definitiva la valoración de los activos inmobiliarios.

En el Artículo L324-4 del Código de Turismo se puede encontrar los elementos que se deben incluir en la declaración para acceder a la autorización y prestar el servicio de arrendamiento turístico. Si la declaración hace referencia a un apartamento o a una casa, se debe incluir la identificación así como el domicilio del propietario, el número de habitaciones que componen el apartamento, el número máximo de personas que se pueden recibir (se



expresa en número de camas), así como los períodos previstos para el alquiler. Cualquier cambio que se realice deberá registrarse ante la alcaldía mediante una nueva declaración. Finalmente, a cambio de la declaración, al propietario se le expide un certificado como prueba. En caso de alquilar un inmueble no declarado, el propietario será multado por un valor de 450 euros (Article 12 du Décret n°2009-1650 du 23 décembre 2009).

Este procedimiento permite por una parte que la municipalidad tenga conocimiento de todas las habitaciones y apartamentos disponibles en su municipio y pueda así proceder a las verificaciones necesarias. Permitirá también que el turista pueda tener un acceso más expedito a la oferta ya que encontrará una lista de los alquileres de vacaciones en la alcaldía y en las páginas web de las oficinas de turismo, donde puede incluso realizar sus reservas. (A título de ejemplo el lector podrá consultar la página del municipio de Saint Raphael: www.saint-raphael.com).

El alcalde deberá por su parte comunicar a los servicios administrativos regionales (departamento y región según la organización territorial francesa) las informaciones estadísticas relativas a los alquileres de temporada.

Además de esta obligación administrativa, el propietario está en la obligación de cumplir con otras normas, no directamente relacionadas con el código de turismo. Podemos clasificarlas como obligación de información, obligación de salubridad y obligación de seguridad.

Además de las normas de carácter obligatorio existe un sistema voluntario de clasificación. Así, el propietario de una casa o apartamento puede además obtener una clasificación, es decir obtener un reconocimiento de la calidad de su oferta a través de un sistema que se podría asimilar al sistema de clasificación por estrellas que se usa tradicionalmente en la hotelería. La clasificación no es una obligación para poder arrendar su casa o apartamento, y es importante notar que la mayoría de los alquileres de temporada no están clasificados ya que muchos propietarios no quieren someterse a las disposiciones de la Resolución del 8 de Enero de 1993, la cual modificó la Resolución del 28 de Diciembre 1976 en la que se definían los criterios de clasificación para los apartamentos o casas amobladas.

Al ser clasificados entran en la categoría específica de “amoblados de turismo” (*meubles de tourisme*), con funcionamiento controlado y tendrán mejor visibilidad y competitividad en relación a otras ofertas.

Será la Prefectura del Departamento, a través de una resolución prefectoral quien otorgue la clasificación de un apartamento o una casa amoblada como *amoblado de turismo*. Se debe resaltar que solamente los apartamentos

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



amoblados que hayan obtenido la resolución de clasificación pueden pretender la denominación de *amoblados de turismo*, apareciendo así en una lista exclusiva publicada de manera formal por la oficina local de turismo.

La primera condición para que el apartamento pueda optar a la clasificación es que esté fuera de áreas cercanas a aeropuertos, ejes principales de circulación de automóviles o líneas de ferrocarril. Además debe estar exento de olores permanentes.

Dadas estas condiciones, el propietario deberá solicitar una visita por parte de una organización reconocida por el Estado, quien emitirá un concepto sobre la clasificación, proponiendo un nivel de clasificación. El propietario transmitirá después a la alcaldía del municipio en el cual está situado el apartamento una solicitud a través de un formulario establecido. Será entonces la prefectura, previa consulta al Comité Departamental de Acción Turística, comité integrado por representantes de los profesionales y de las entidades territoriales, quienes procederán al estudio de la solicitud, tomando en cuenta el informe relacionado con la visita. El trámite de clasificación culminará con la expedición de una resolución por parte de la prefectura en la cual se definirá el nivel de clasificación del apartamento o de la casa.

El apartamento o la casa serán entonces integrados en una de las cinco categorías existentes (de 1 a 5 estrellas), categorías definidas en la Resolución del 8 de Enero 1993. Como es el caso en la hotelería, cada estrella corresponde a un cierto nivel de comodidad. En caso de que un inquilino considere que las normas de comodidad no han sido respetadas, podrá mandar a la Prefectura su queja en un lapso de tiempo no superior a los 8 días después de haber empezado la locación.

Será entonces el Prefecto, quien decidirá mandar un miembro de la Comisión Departamental de Acción Turística para realizar una visita cuyas conclusiones podrían conllevar, según decisión del Prefecto a la desclasificación del amoblado.

En conclusión, la clasificación, aunque no da una garantía absoluta sobre la calidad de la oferta, constituye una seguridad suplementaria por el arrendatario y al mismo tiempo permite al propietario la valoración de su oferta.

En el caso de habitaciones existen agencias de certificación (Gîtes de France, Café-Couette), las cuales definen unos estándares y aseguran la promoción. En este caso los propietarios deberán respetar un compromiso de calidad y obtendrían una clasificación según el nivel de servicio que ofrezcan. De la misma manera que para los apartamentos se trata de ofrecer al arrendatario



una garantía adicional. En caso de no cumplimiento de las normas de funcionamiento, el propietario podría perder su clasificación.

Esto refleja la voluntad de la administración pública por conservar una oferta de calidad, transparente, en la cual la posibilidad de experiencias negativas para el turista sea reducida. Además el dispositivo de clasificación permite a los que quieren hacer aun más esfuerzos para sus clientes, tener una visibilidad y en definitiva una competitividad más importante. Este dispositivo en si es un buen ejemplo de cómo una colaboración pública-privada puede ser una buena solución para el mejoramiento de la oferta.

La primera obligación es la de firmar un contrato entre las partes acompañado de un descriptivo del inmueble cumpliendo de esta manera con el Artículo L 324-2 del Código de Turismo. Este descriptivo es de suma importancia por lo que será necesario para una reclamación en caso de problemas. Por lo tanto debe tener el máximo de información sobre el bien, como mínimo indicando el precio y la ubicación del mismo.

El propietario deberá mandar a su cliente potencial, antes de firmar el contrato, el descriptivo; el cual debe corresponder a la realidad para una información objetiva y suficiente. Se precisará de manera explícita cualquier elemento característico del inmueble, su ubicación en la localidad y una descripción que haga referencia a su comodidad y a su nivel de equipamiento. Se tratarán también las condiciones de arriendo, las modalidades de pago y el valor del arriendo. Todo lo cual son elementos de suma importancia para la seguridad de turista y protección del turista y permite hacer transparente la oferta.

En caso de ser amoblados clasificados por Resolución Prefectoral se usará un formulario específico descriptivo según aparece en la Resolución del 8 de Enero 1993 en su anexo 3. En caso de amoblados no clasificados, el texto de referencia es la Resolución del 16 de Mayo 1967.

Si al llegar a su destino el cliente encontrara un bien que no corresponde a la descripción recibida, podrá entonces remitirse al descriptivo para obtener la reparación según el código del consumidor; y el propietario podría ser sancionado por publicidad engañosa (en relación al Artículo L121-1 del código del consumidor) o por engaño (en relación al Artículo L 213 – 1 del mismo código).

Es usual en este tipo de contratos que el arrendador pida un depósito de garantía al arrendatario, cuya función es asegurar la devolución del inmueble y los equipos puestos a su disposición, en buen estado. En este caso será de suma importancia proceder a una visita antes y después del período de ocupación y, formalizar un documento de «estado del lugar» que deberán



firmar el arrendatario y el arrendador. Al terminar el tiempo de ocupación, el arrendatario deberá restituir el depósito de garantía, salvo que existan daños. En este caso la garantía se podrá restituir en un lapso máximo de 3 meses, justificando al arrendatario los gastos que se hayan realizado.

Cuando el cliente acaba sus vacaciones y retorna el apartamento, el propietario del amoblado deberá entregar al arrendatario una cuenta que informará al arrendatario de todo el valor detallado de la prestación. El propietario deberá conservar una copia de este documento por al menos dos años (Resolución Ministerial 83-50/A del 3 de Octubre 1983.). En caso de no entregar esta cuenta, el arrendador podría ser sancionado con una multa de 1.500 euros por apartamento y por período de alquiler.

Otra de las obligaciones del propietario hace referencia a la salubridad del inmueble: Este deberá estar en perfecto estado de mantenimiento y responder a las condiciones mínimas de comodidad y habitabilidad a las cuales deben responder los inmuebles puestos en alquiler como está previsto en el Decreto No 87-149 del 6 de Marzo 1987. Por otra parte las condiciones de ocupación, de utilización y de mantenimiento de los apartamentos, de sus equipamientos y de sus dependencias, deben corresponder como mínimo a los títulos I y II del Reglamento Sanitario Departamental (Título 1 acerca de las aguas destinadas al consumo humano y Título 2 acerca de los lugares para habitación). En caso de no cumplir con estas condiciones mínimas, el propietario podría ser sancionado por un comparendo de tercera clase (por un valor de 450 euros) por realizar una infracción al reglamento sanitario departamental.

En caso de bienes inmuebles que cuenten con una piscina privada que esté a disposición del público, esta deberá responder a las normas definidas en el código de la salud pública. Se deberá además declarar su apertura ante la Alcaldía por lo menos dos meses antes de la fecha prevista de la apertura al público, respondiendo así a lo definido en los artículos L 1332-1 a L1332-9 ; D1332-1 a D-1332-19 del Código de la Salud Pública.

Además, el propietario deberá seguir las recomendaciones de la dirección departamental de los asuntos sanitarios y sociales (DDASS en francés) acerca de la prevención de la legionelosis en los circuitos de agua caliente.

Para cumplir con sus obligaciones en materias de seguridad el arrendatario deberá poner a disposición equipos conforme a las normas de seguridad en lo que se trata de cama camarote (Decreto 95-949 del 25.08.1995) artículos de camas (Decreto 2000-164 del 23.02.2000) artículos de puericultura (Decreto 91-1292 de 20.12.1991) y calentador a petróleo (Decreto 92-1280 de 10.12.1992).



En el caso específico de las habitaciones para alquiler se les aplica la reglamentación de la hotelería en materia de publicidad y de precio (se tiene que poner en evidencia al exterior, a la recepción, y en las habitaciones). Se debe ofrecer el desayuno junto con la habitación, la actividad se limitará a 5 habitaciones por una capacidad máxima de 15 personas; se entregarán al huésped toallas y sábanas. Además cada habitación debe de tener acceso a una sala de baño con baño y respetar las mismas condiciones de higiene, seguridad y salubridad que los apartamentos. La limpieza y el mantenimiento diario de la habitación deberán realizarse de manera cotidiana por parte del propietario.

Esta enumeración exhaustiva de todas las obligaciones que incumben al propietario de una casa, de un apartamento o de una habitación para poner a disposición de los turistas, permiten darnos cuenta de la voluntad que existe por parte de la administración pública francesa de proteger al máximo a los turistas de los posibles abusos de los propietarios, y al mismo tiempo proteger al dueño del inmueble frente a cualquier deterioro del mismo por el uso de los inquilinos, a través de depósito para sufragar las reparaciones.

5.3. Normas de extra-hotelería en Italia

Italia ha sido tradicionalmente uno de los destinos turísticos más importantes del mundo. Su demanda está compuesta en gran parte por italianos que viajan dentro del país, y en su componente extranjero principalmente por españoles, franceses, japoneses y canadienses. En cuanto a la oferta de alojamiento, Italia es el cuarto país en cantidad de habitaciones disponibles con 1'020.478 para el año 2005, siendo sobrepasada solo por Estados Unidos, Japón y China (Confindustria, 2007).

Tabla 8. Gama de alojamientos por categoría y tipo de ejercicio en Italia

Categoría y tipo de ejercicio	Cantidad Porcentaje 2005	
	Ejercicio Hotelero	33.527
Hoteles de 5 estrellas	232	0,7
Hoteles de 4 estrellas	3.673	11,0
Hoteles de 3 estrellas	14.496	43,2
Hoteles de 2 estrellas	7.918	23,6

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Hoteles de 1 estrella	5.042	15,0
Residencias	2.166	6,5
Ejercicio de complementarios	86.131	100,0
Camping en poblaciones turísticas	2.411	2,8
Viviendas de alquiler ¹¹	68.385	79,4
Alojamiento agro-turístico	11758	13,7
Hostales juveniles	376	0,4
Casas de vacaciones	1.637	1,9
Refugios alpinos	855	1,0
Otros	709	0,8
Bed and breakfast	10278	100
Total	129.936	-

Fuente: Confindustria, 2007

La oferta turística italiana que como ya habíamos mencionado supera el millón de habitaciones disponibles está compuesta solo en un 25,8% por habitaciones hoteleras convencionales, y su gran mayoría está cubierta por los llamados tipos o ejercicios complementarios. Adicionalmente los apartamentos privados en arriendo ocuparon el 8% de la oferta turística hotelera, esta oferta habitacional está representada en un total de 129.936 establecimientos dedicados a ofrecer alojamiento. De estos establecimientos 33.527 son hoteles, 10.278 son de *bed and breakfast*, y 86.131 son complementarios dentro de los cuales se encuentran las viviendas de alquiler con una participación cercana al 80%. (Confindustria, 2007).

Al consultar la normatividad para el ejercicio del alquiler de apartamentos, encontramos que en Italia las competencias de turismo y la legislación que rige

¹¹ Vivienda de alquiler administrada de manera empresarial. Incluyendo casas, apartamentos y demás inmuebles

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



difieren entre las diferentes provincias. Cada una tiene una discrecionalidad importante al establecer las normas que determinen el ejercicio de la actividad turística en general. Por consiguiente los mecanismos de combate y regularización de la actividad hotelera ilegal también tienen importantes diferencias y deben ser estudiados de manera separada. Estudiaremos entonces las características propias de una muestra de las provincias italianas más representativas dentro del turismo del país.

- ✓ **Trentino:** En la provincia de Trentino ubicada en el extremo norte de Italia existen 12.852 establecimientos que ofrecen alojamiento turístico. La norma que les rige es la Ley Provincial 15 de mayo del 2002. Esta constituye el reglamento general de las empresas hoteleras y extra-hoteleras, y buscan la promoción de calidad del alojamiento turístico. (Confindustria, 2007).
- ✓ **Lombardía:** Esta provincia también está situada al norte de Italia, y ofrece servicios de alojamiento para los turistas a través de 4.513 establecimientos de los cuales 2.898 son hoteleros. A simple vista podemos observar una predominancia del alojamiento de tipo hotelero en esta región, marcando una tendencia contraria a la de el conjunto de regiones italianas donde en total los alojamientos no-hoteleros triplican a los hoteleros (Confindustria, 2007).
- ✓ **Toscana:** Una de las provincias más turísticas de Italia es Toscana, ubicada al occidente del país. Según datos del 2005, la oferta de alojamiento de esta provincia está compuesta por 9.894 establecimientos, de los cuales solo 3.002 son hoteles, y 6892 corresponden a los tipos de alojamiento extra-hotelero. Adicionalmente, esta región ha experimentado un importante crecimiento de la oferta de alojamiento no-hoteleros, en números, la tasa media de crecimiento de la oferta entre los años 2000 a 2005 fue de 6,8%, de donde la los hoteleros fue de 0,6% y la de los no-hoteleros fue de 10,4% cada año (Confindustria, 2007).
- ✓ **Lazio:** La provincia de Lazio se caracteriza por tener una oferta media de alojamiento con 5.729 establecimientos entre los cuales 1801 son hoteleros y 3.928 son extra-hoteleros. Es también característica de la región la alta concentración del turismo en la ciudad de Roma, donde se ofrecen la mayor cantidad de camas país por un total de 118.673 superando con amplitud a las demás ciudades turísticas italianas (Confindustria, 2007).

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



En la región de Trentino, para la apertura, reubicación o cierre de un alojamiento de tipo no hotelero, el interesado debe presentar una declaración o solicitud ante la municipalidad responsable de la ubicación, para su inicio de actividades. Esta solicitud necesita la aprobación por parte de una asamblea compuesta por un representante de los departamentos provinciales responsables del turismo, de la agricultura, de la administración de la policía, de la planificación urbana y de la salud y uno de la municipalidad responsable de la zona. Esta aprobación deberá expedirse en un plazo de 60 días, luego de los cuales, dado el cumplimiento de todas las condiciones mínimas, la licencia no tendrá mayores complicaciones para ser expedida (L.P. 15 Trentino, 2002).

Además, para la expedición de la licencia y el funcionamiento del negocio, se debe cumplir con las disposiciones y reglamentos de la municipalidad sobre la autorización, las zonificación urbanística establecida, las condiciones de salubridad y la prevención de incendios. Adicionalmente los servicios mínimos prestados serán los incluidos en la definición del tipo de alojamiento, teniendo la salvedad que en el caso de los apartamentos y casas de alquiler también se establecen unos máximos debido a que no se pueden prestar servicios hoteleros (L.P. 15 Trentino, 2002).

Para la provincia de Lombardía, la ley establece en primer lugar que las casas y apartamentos deben cumplir con las normas de salubridad, y de solidez estructural previstas generalmente para las viviendas de uso civil adicionando las normas mínimas que en el futuro se expedirán. No será necesario un cambio de registro urbanístico de las casas y apartamentos, en otras palabras se puede prestar el servicio de alquiler sin cambiar la denominación de uso residencial a comercial u hotelero por parte del propietario. En tercer lugar la Ley dicta que se garanticen al menos 8 metros cuadrados sin incluir el espacio ocupado por los accesorios de las habitaciones. En cuarto lugar, el oferente debe asegurar los servicios de agua, electricidad, calefacción, y gas; así como la limpieza de las instalaciones y el mobiliario, y la recepción al momento de llegada (L.R. Lombardía, 2007).

Finalmente es necesario que cualquier cambio que se realice en la gestión de los apartamentos y casas de turismo, sea notificado previamente al alcalde del municipio.

En el caso de la Toscana, la ley ordena como primera medida que el empresario turístico se identifique de acuerdo al inmueble. En caso de que el propietario del inmueble no sea una persona natural, debe designarse un administrador o representante apoderado para el inmueble; y este, al igual que el propietario natural, podrá nombrar a sus representantes lo que les permitirá operar el negocio del arrendamiento turístico (LMT Toscana, 2005).

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Una vez establecida la representación del inmueble, se procede a dar cumplimiento a los requisitos administrativos. Como primer requisito, se debe presentar una solicitud al municipio donde se expresa la intención de iniciar el ejercicio. Para conseguir este permiso, la solicitud debe incluir la identificación y descripción del solicitante, la identificación del representante legal, el cumplimiento de las condiciones establecidas en los artículos 11 y 92 de la Ley de Seguridad Pública (TULPS) sobre las inhabilidades, condición moral, pasado judicial e idoneidad para ejercer un cargo determinado por parte del representante legal; y finalmente, el interesado también deberá incluir el cumplimiento de los requisitos estructurales para viviendas civiles. En su contenido informativo, la solicitud deberá incluir datos sobre la estructura, la ubicación del inmueble y sus características, los servicios que serán ofrecidos, el número de camas, y de unidades de vivienda, las instalaciones sanitarias, y los periodos de funcionamiento del negocio. Finalmente la ley ordena que en caso de variaciones en el número, y las características propias o de gestión de los inmuebles, deberá notificarse al municipio (LMT Toscana, 2005).

Finalmente en Lazio, en cuanto a su funcionamiento y a las estructuras de los inmuebles, los apartamentos y casas deben contar con unos requisitos mínimos. En primer lugar, y tal como está previsto en su definición, las casas y los apartamentos deben tener todo el suministro mobiliario, incluyendo además los materiales y utensilios de limpieza, y los utensilios y servicios para preparar y consumir alimentos. En segundo lugar, debe asegurarse el suministro continuo de electricidad, agua, y en invierno calefacción. En tercer lugar, el propietario u operador debe realizar el cambio de toallas y sábanas mínimo dos veces por semana y en cada cambio de huésped. Por último, la ley obliga en la modalidad empresarial del ejercicio, a ofrecer un servicio de atención urgente de daños y mantenimiento del inmueble, y la atención a las sugerencias, quejas y reclamos (LR Lazio, 2008).

Las instalaciones de los apartamentos y casas para el arriendo a turistas serán clasificadas por la autoridad de provincia en la que estén ubicadas, y se constituye en un requisito para poder expedir la autorización de ejercicio. En el caso específico de las casas y apartamentos, la provincia los podrá clasificar entre primera categoría y cuarta categoría dependiendo de la calidad del inmueble y de los servicios prestados. El procedimiento que se sigue para esta clasificación se inicia en de la voluntad del empresario o el propietario del inmueble quien hace una declaración de su inmueble, cumple con la entrega de unos requisitos y formas, y pide la categorización. La provincia luego procede a otorgarla y a notificar al municipio y al propietario de dicha clasificación, para que sea utilizada entre otras, como mecanismo de promoción del establecimiento (LR Lazio, 2008).

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Finalmente, la autorización es expedida por el municipio y contiene el nombre y la ubicación de la instalación, la identidad del propietario, la identidad del operador, la capacidad de acomodación del inmueble, la clasificación otorgada, la indicación del período de ejercicio que podrá ser anual o por temporadas; y en caso de que se requiera, autorizaciones para prestar servicios adicionales. El plazo para que se otorgue esta autorización es de 90 días, y a partir de la expedición, el propietario u operador deberá comunicar de cualquier cambio que se realice en torno al inmueble o a su gestión (LR Lazio, 2008).

En todas las provincias italianas, las tareas de supervisión y control serán ejercidas por el municipio y por la provincia de acuerdo con la ley. Luego de identificada la infracción, estas se clasifican en dos grupos según la sanción que ameriten. Aquellas que conllevan a la cesación de la actividad, o las que imponen una sanción administrativa (LMT Toscana, 2005).

En la Región de Trentino, cualquiera que ofrezca los servicios de alquiler de un apartamento turístico sin hacer los debidos trámites, incurriría en una sanción administrativa que oscila entre 500 y 3.000 euros. En el caso de que haya un cambio en las condiciones de la prestación de servicio, bien sea la cesión, la terminación, o la modificación de cualquier elemento constitutivo de la autorización, y el operador no avise a la autoridad municipal, deberá pagar una multa entre 100 y 1000 euros (L.P. 15 Trentino, 2002).

Si el operador autorizado ofrece habitaciones por fuera de las que tiene autorizadas, o supera la capacidad de acomodación que tienen las habitaciones, tendrá una multa entre 200 euros y 1500 euros. Y ante cualquier otra violación a la ley que no esté contemplada explícitamente, la sanción fluctuará entre 50 y 500 euros¹² (L.P. 15 Trentino, 2002).

Las sanciones anteriores tienen el agravante de la reincidencia, que se plantea como un problema cuando el monto las multas no alcanza a desincentivar la ilegalidad o el incumplimiento. Para esto, la Ley estipula que se duplicarán los montos de las sanciones pecuniarias. En casos de especial gravedad, la administración podrá suspender la autorización y cerrar el establecimiento por tres meses, y en el caso de una nueva reincidencia, se puede cancelar definitivamente la autorización y negar la expedición de una nueva. (L.P. 15 Trentino, 2002).

En la región de Lombardía, en el caso de comprobar la infracción, las sanciones son las siguientes: si la queja es por incumplimiento al turista, la multa podrá ir de 1.033 euros a 5165 euros. Si se infringe la norma de publicidad de los precios, la sanción estará entre 129 y 387 euros. Si se supera

¹² Las sanciones se ajustarán cada 3 años con la dinámica del nivel de general de precios al consumo de los hogares ISTAT.



la capacidad de acomodación del inmueble la sanción también oscilará entre 129 y 387 euros (L.R. Lombardía, 2007).

Se estipula que en el caso de incurrir por segunda vez en la misma infracción los montos de las multas se duplicarán, y ante una falta grave, se procederá a la suspensión o a la terminación de la actividad (L.R. Lombardía, 2007)

En cuanto a las sanciones en la Toscana, habrá dos tipos de sanciones dependiendo de su gravedad, el primero se constituye por las infracciones que ameriten cesación que se identifican de la siguiente manera: si es comprobada la falta de alguno de los requisitos obligatorios para la constitución del operador o del inmueble; o si el propietario u operador no permiten a las autoridades la inspección (LMT Toscana, 2005).

Por su parte, el segundo tipo es el de las sanciones administrativas que responden a las siguientes infracciones: si el que gestiona un inmueble no ha cumplido con todos los requisitos tendrá una multa de 600 euros a 3600 euros. O en el caso de que se supere la capacidad máxima de acomodación asumirá una multa entre 300 a 1800 euros. Si el inmueble está ubicado en una zona distinta a la declarada en la solicitud del permiso tendrá una multa entre 600 y 1000 euros, valor que también deberá pagar si no proporciona los servicios para el tipo de clasificación, o si viola la prohibición del expendio o suministro de alimentos y bebidas. En el caso de que el operador o el propietario anuncien por cualquier medio un nivel de clasificación superior al real, incurrirá en una multa que oscila entre 300 y 1800 euros, al igual que para el que deje de prestar los servicios obligatorios previstos por la Ley (LMT Toscana, 2005).

Finalmente, la Ley también establece que en caso de que se repita la infracción, la multa se duplicará.

En varias provincias italianas, es reiterativa la obligatoriedad impuesta y controlada por la administración de que el arrendador publique sus precios en lugares visibles tanto en el sitio de recepción, como en las habitaciones. Adicionalmente debe informar de estas tarifas a la provincia a través del municipio antes del 31 de octubre del año anterior al que serán aplicadas (L.R. Lombardía, 2007), con esto se protege al turista de la estafa, se lleva un control fiscal, y se conocen los precios del mercado.

También se observa en provincias como Lombardía: el primer paso para actuar ante el incumplimiento o una infracción por parte propietario o el empresario turístico contra las disposiciones consignadas en la Ley o contra los derechos del turista, es la queja. Esta debe ser presentada ante las autoridades municipales acompañada de una prueba que demuestre su validez. Entonces, se envían emisarios de la provincia al sitio del establecimiento para comprobar



la denuncia. (L.R. Lombardía, 2007). Es la queja del cliente turístico la que inicia todo el procedimiento de inspección, control y sanción; por lo tanto, hace que sea realmente escuchada y que los procedimientos policivos vayan encaminados a proteger los derechos del turista.

5.4. La Hotelería Informal en México

La hotelería u hospedaje informal es una problemática general en todos los grandes países turísticos, problema que ninguno, incluso los quince países más grandes, ha resuelto plenamente (Torres, 2007).

México es un país turístico importante: según las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), México recibió para el año 2008 más de 22.5 millones de turistas generando un ingreso de más de 13 billones de dólares, que lo ubican en el puesto 19 del ranking de los países turísticos. Así mismo, la problemática generada por la hotelería informal representa una preocupación importante para las autoridades y los gremios turísticos.

Se estima que en 2006 había en México alrededor de un millón de propiedades que funcionaban como establecimientos de hospedaje (Visiting México, 2007, 15 de Noviembre). En el 2008, Rafael Armendáriz, presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles consideraba que la hotelería informal representaba en este país 300.000 habitaciones, habiendo registrado un crecimiento del 150 por ciento desde el 2003 y representando la mitad de la oferta de alojamiento del país. Según Armendáriz este desarrollo, facilitado por una política crediticia favorable para la compra de inmuebles en destinos vacacionales, seguirá a futuro con la misma tendencia ya que “se está avanzando en la construcción de condominios o departamentos (turísticos), y los mismos que te venden el inmueble te ofrecen rentarlo” (Armendáriz, 2008).

Si bien parece difícil cuantificar exactamente el problema, las estimaciones que se avanzan reflejan su importancia, frente a la cual las autoridades de México han decidido trabajar activamente buscando la integración de los informales.

La informalidad de ciertas actividades de hospedaje genera importantes pérdidas fiscales, pues los propietarios de bienes inmuebles arriendan a turistas sin reportar sus ingresos. Los empresarios turísticos estiman que los ingresos anuales por este concepto serían aproximadamente de 400 millones de dólares (Citado en Visiting México, 2007), que escapan de esta manera al control de la administración tributaria.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



De acuerdo con datos del Sistema de Administración Tributaria (SAT) para el año 2006, se dejaron de ganar alrededor de 70 millones de dólares por este concepto (Citado en Visiting México, 2007).

Por otra parte, se estima que los usuarios extranjeros (estadounidenses) de la hotelería informal pagan los alquileres en cuentas bancarias de Estados Unidos. Si bien no existen cifras precisas para este elemento se estima que la mayoría de este dinero se queda en ese país privando de ese ingreso a la economía mexicana (Armendáriz, 2008).

En el 2007, el director de la entidad encargada de la administración del impuesto del 2% (FITUR) que se aplica a los hoteles consideraba que en Puerto Vallarta:

“Tanto el ingreso al FITUR como el 3% del monto total recaudado que le corresponde al municipio podría aumentar entre un 30 y 40%, por lo que los casi 40 millones de pesos recaudados este 2007, de los cuales más de un millón correspondió al municipio, también se incrementaría significativamente.”
(González González, 2007).

La no recolección de estos impuestos genera diferentes tipos de problemas entre los cuales está la disminución de presupuesto para la promoción del destino. Alberto Fernández Cabrera, director de turismo del destino turístico de Ixtapa-Zihuatanejo (Estado de Guerrero, México) declaró en el 2009 que el no pago de los impuestos por parte del sector informal disminuye las posibilidades de hacer promoción del destino e insiste sobre la necesidad de formalizarse. Se entiende que la promoción del destino permite aumentar su competitividad e incrementa las llegadas de turistas, lo que es positivo también para los dueños de los apartamentos quienes obtendrán más ingresos así como una valoración extra de sus propiedades.

Por otra parte la actividad de hospedaje informal es vista por los prestadores de servicios turísticos formales como una competencia desleal ya que al no formalizarse no cumplen con las mismas reglas que los formales:

“...no cubren los impuestos correspondientes a los de un empresario hotelero... no pagan impuestos como el 2 por ciento sobre hospedaje ó 2 por ciento de nómina, y todos los gravámenes inherentes a la actividad hotelera...las casas de interés social o hasta departamentos de lujo son ya rentados para hospedaje

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



turístico, se publicitan en internet o en revistas con nombres de hostales, y sólo pagan impuestos domésticos.” (Armendáriz, 2008).

“... Los establecimientos de hospedaje informal, ya sean casas, departamentos o condominios, y que por lo tanto no pagan impuestos comerciales, sino residenciales, además de evadir el impuesto al hospedaje del 2%....no pagan agua ni luz comercial, sino residencial que es más barata. Tampoco tienen licencia de operación municipal, ni pagan impuestos estatales o federales, pero sí están representando una gran participación de negocio para los dueños y para las empresas que se están dedicando a comercializarlos “de una manera tan abierta y contundente como se está haciendo ahora”. (González González, 2007).

En el mismo orden de ideas, para Fernández Cabrera (2009), la hotelería informal no se puede tolerar porque representa una competencia desleal para los hoteleros que tienen que hacer diferentes tipos de pagos para poder realizar su actividad.

Pero lo que nos parece más importante es que la informalidad es vista por las autoridades turísticas desde una perspectiva de largo plazo ya que ataca a la competitividad del destino. Al ser informal, la calidad y la seguridad de los servicios que se brindan a los turistas no son óptimas generando grandes niveles de insatisfacción. En definitiva serán la imagen y la competitividad del destino las que se debiliten (SECTUR, Mejora Regulatoria, s.f.).

Tal como lo planteó también Fernández Cabrera (2009) al no cumplir los informales con sus obligaciones tributarias, disminuye el presupuesto que se podría invertir en la promoción de los destinos, elemento clave en un sector económico altamente competitivo nacionalmente e internacionalmente.

La primera de las obligaciones a las cuales debe responder un prestador de servicios turísticos, como lo define la Ley General de Turismo del 2009 en su Artículo 58, será inscribirse en el Registro Nacional de Turismo y cumplir con todas las obligaciones que dispone la ley, tales como:

2.1.1.1. Anunciar visiblemente en los lugares de acceso al establecimiento la dirección, teléfono o correo electrónico, tanto del



responsable del establecimiento, como de la autoridad competente, ante la que puede presentar sus quejas;

2.1.1.2. Informar al turista los precios, tarifas, condiciones, características y costo total, de los servicios y productos que este requiera;

2.1.1.3. Implementar los procedimientos... para la atención de quejas;

2.1.1.4. Participar en el manejo responsable de los recursos naturales, arqueológicos, históricos y culturales, ...

2.1.1.5. Cumplir con los servicios, precios, tarifas y promociones,..., ofrecidos o pactados;

2.1.1.6. Expedir,..., factura detallada, nota de consumo o documento fiscal que ampare los cobros realizados por la prestación del servicio turístico proporcionado. (Ley General de Turismo Capítulo 3, Artículo 58,2009)

Para cumplir con esta obligación y inscribirse en el RNT se deberá llenar el formato R.N.T.-1 y cancelar los derechos de inscripción por un valor en el 2010 de \$1790.00 pesos mexicanos¹³ (SECTUR, s.f.).

El SAT por su parte define que “quienes obtengan ingresos por dar en renta o alquiler edificios, locales comerciales, casas de habitación, departamentos habitacionales, bodegas, entre otros bienes inmuebles pueden tributar en el régimen de arrendamiento de bienes inmuebles.”(SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2008).

Así mismo, los propietarios de apartamentos quienes desean arrendar por temporada turística son asimilables a esta normatividad y por lo tanto deberán de “inscribirse o darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes” (SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2008).

¹³ Esto representa aproximadamente 140 dólares norteamericanos a la tasa del 22 de febrero 2010.



Una vez inscrito, una de sus obligaciones más relevantes será la de “expedir recibos elaborados en imprentas autorizadas por el SAT a sus arrendatarios o inquilinos por cada renta que cobre”. (SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2008). Este último permite a la administración tributaria tener un control sobre estos ingresos. Deberán también cumplir con el pago de los siguientes impuestos:

Impuesto sobre la renta: Es un impuesto que se aplica a la ganancia obtenida por el contribuyente, es decir, la que se tiene después de restar a los ingresos que percibió, los gastos realizados para llevar a cabo su actividad (SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2008).

Impuesto al valor agregado: La ley del IVA (Fracción II del artículo 20 de la Ley del IVA, y artículo 34 de su Reglamento) define que cuando se trate de establecimientos que se “proporcionan amueblados o se utilizan como hoteles o casas de hospedaje, sí estarán sujetos al pago de dicho impuesto (IVA)”. (SAT, Preguntas y respuestas personas físicas arrendamiento de inmuebles, 2003) en este caso la tasa que se le aplicaría será de un “15% o 10% para inmuebles ubicados en la franja fronteriza” (SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2007).

Impuesto empresarial a tasa única: Es un impuesto que se calcula aplicando una tasa sobre la diferencia entre los ingresos efectivamente percibidos menos las deducciones autorizadas efectivamente pagadas en el período. La tasa es del 17.5% a partir de 2010 (SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2008).

Además, en caso de tener trabajadores a su servicio deberá cumplir con las declaraciones informativas en las cuales informará acerca los sueldos que se les pagaron (SAT, Arrendamiento de bienes inmuebles, 2008).

Se debe anotar que el gremio hotelero considera que las reglas tributarias deberían de ser las mismas para todos: “En algunos condominios se paga el 2 por ciento sobre hospedaje, pero lo ideal es que la mayoría pague los mismos impuestos que un empresario hotelero” (Armendáriz, 2008).

Aún cuando existe una figura jurídica para que los propietarios de bienes inmuebles puedan arrendar sus pertenencias a turistas, se pudo observar que los niveles de informalidad son altos.

Los primeros en protestar contra las prácticas informales son los miembros del gremio turístico, quienes acusan de manera abierta a las autoridades de no cumplir con sus obligaciones. En este sentido el Director del Fideicomiso de Turismo en la ciudad de Vallarta, Miguel González González, declaró en el 2007 que “los establecimientos de hospedaje informal, ya sean casas,

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



departamentos o condominios...están ganando terreno frente a la inacción de las autoridades municipales, estatales y federales”. De esta manera se manifiesta una casi inactividad de las autoridades en relación al problema.

De la misma manera, el gremio turístico pide control y sanciones por parte de las autoridades:

“...es necesario que se haga una revisión a todas aquellas unidades de hospedaje como son condominios, casas y departamentos que están siendo comercializados por las empresas de bienes raíces y por muchos portales de internet, ya que estas unidades de hospedaje informal no representan una garantía para el visitante, sobre todo porque no tienen una supervisión de las condiciones que guardan los inmuebles, como vienen siendo los organismos responsables de la seguridad; es decir no cuentan con seguros de protección civil para los usuarios y tampoco pueden contar con un respaldo de PROFECO (Procuraduría Federal del Consumidor) en el caso de los incumplimientos que en muchos casos se dan en estos establecimientos informales”.

(González González, 2007)

Sin embargo, y a pesar de la percepción de inactividad que parecen tener los empresarios, la normatividad acerca del turismo es vista desde la Secretaría de Turismo como un eje estratégico debido a que permite el mejoramiento de la competitividad asegurando una mayor calidad, seguridad y en definitiva la satisfacción del turista. Por lo tanto y desde el 2001 se empezó a prestar un especial cuidado al cumplimiento por parte de los operadores turísticos de las normas y reglamentos que plantea la Ley federal del turismo. Con este fin se creó una Dirección de Mejora Regulatoria que tiene a su cargo la regulación, atención y supervisión de los prestadores de servicios turísticos (SECTUR, Mejora Regulatoria s.f.).

Para enfrentar el problema de la informalidad, se realizó una alianza entre La Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Sistema de Administración Tributaria (SAT) para promover la incorporación a la legalidad de hoteles, moteles, casas de huéspedes, posadas, casas de habitación, villas y habitaciones que se rentan por día o fin de semana, en perjuicio de la industria establecida.

En conjunto iniciaron una campaña para combatir la hotelería informal y que los prestadores de servicios turísticos que no han registrado o regularizado sus

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



operaciones lo hagan de forma voluntaria. El programa tiene como propósito formalizar a todos los inmuebles que se rentan como centros de hospedaje y que los empresarios del ramo consideran como hotelería ilegal (Visiting México, 2007).

Para tal fin se realizaron *Talleres de Sensibilización sobre la Normatividad Turística* dirigidos a prestadores de servicios turísticos para mejorar el conocimiento de la legislación turística y para que se desarrolle una “cultura del cumplimiento” de la normatividad turística (SECTUR, Mejora Regulatoria s.f.). Es interesante resaltar que en estos foros participan la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).

Se estableció además un sistema descentralizado, para la verificación y vigilancia de los servicios turísticos, con el fin de identificar a los que no cumplen y se puedan emitir las sanciones respectivas. (SECTUR, Mejora Regulatoria s.f.)

Por parte del SAT, la identificación de la informalidad en la economía en general ya hacía parte de una estrategia definida en el Plan Estratégico del Servicio de Administración Tributaria 2007-2012:

El SAT plantea como uno de sus retos, ejecutar de forma eficiente los ciclos tributarios y de comercio exterior, para lo cual es necesario que se ofrezcan servicios que promuevan el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, así como mejorar la efectividad de la fiscalización para reducir la evasión... (SAT, 2008, Reporte Anual p. 7).

Se pusieron a funcionar dos tipos de programas:

El Programa de Actualización y Registro es un esfuerzo compartido entre el SAT y las entidades federativas para mantener actualizado el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) y los padrones estatales de pequeños contribuyentes, nómina, hospedaje y régimen Intermedio (SAT, 2008, Reporte Anual p. 20).

El Programa de Cumplimiento Voluntario...emprendió acciones para promover la incorporación al RFC y la actualización de datos de diferentes sectores económicos, a través de



invitaciones y actos voluntarios, con la finalidad de ampliar la base de contribuyentes. (SAT, 2008, Reporte Anual p. 20)

Para el 2008 los resultados fueron interesantes. En el primer programa se pudieron actualizar los datos de “más de un millón de contribuyentes, lo que representó un incremento de 48% respecto de los actualizados en 2007”. En el segundo programa “se incorporaron al RFC 1.7 millones de nuevos contribuyentes y se actualizaron los datos de dos millones de contribuyentes”(SAT, 2008, Reporte Anual, p. 20). No tenemos datos acerca del porcentaje que constituyen los prestadores de servicios de hospedaje informal pero la impresión general es que el esfuerzo que se ha realizado para legalizar la informalidad en general ha sido positivo.

Como lo define la norma oficial mejicana (NOM-07-TUR-2002, 2002), todos los prestadores de servicios turísticos deberán tener un contrato de seguro de responsabilidad civil con el fin de poder responder a cualquier problema que pudiera ocurrirle a un turista mientras se le presta el servicio. Como tal, los establecimientos de hospedaje deben también cumplir con esta norma. El objetivo del legislador es claro en tratar de mejorar la imagen del destino al dar garantía de responsabilidad a los turistas:

“El seguro, como instrumento financiero de prevención y protección constituye un apoyo para la promoción del turismo nacional y extranjero, al proporcionar un valor agregado de seguridad a la oferta de hospedaje e incrementar la calidad global de los servicios...” (Introducción, NOM-07-TUR-2002, 2002).

Si nos referimos a este texto y tomamos en cuenta que el propietario de un apartamento es un prestador de servicio en la categoría de establecimientos de hospedaje tendría entonces que contratar un seguro de responsabilidad civil que tenga todas las características definidas en la Norma Oficial 07 del 2002.

5.5. Hotelería alternativa en Brasil: modalidad cama e café (bed and breakfast)

Dentro de las modalidades de hotelería no tradicional que se presentan en todo el mundo, la modalidad *Bed and Breakfast* (ByB : Cama y Desayuno) es una de las que más propagación y aceptación tiene. Este servicio fue creado en Irlanda, y se trata de ofrecer los turistas (principalmente los de bajos recursos,



aunque hay servicios de ByB de altos estándares) alojamiento y desayuno en casas de familias locales. De forma complementaria los turistas tienen un vínculo directo con la cultura del lugar, y el anfitrión puede ser a su vez guía turístico, debido a que comparte su conocimiento y recomendaciones, y a veces se convierte en un compañero de viajes. Estos alojamientos se organizan mediante una red de oferentes manejada por la empresa de ByB. Esta empresa a su vez controla la calidad de las habitaciones y la comida, y recoge la retroalimentación proveniente tanto del turista como del anfitrión (Magno Cerqueira, 2009).

En el caso de las regulaciones legales, en Estados Unidos estas cambian dependiendo del estado en que se encuentre. Se trata principalmente de regulaciones comerciales y hoteleras normales tales como registrarse como negocio, y adquirir licencias para prestar los diferentes servicios. Dependiendo del número de huéspedes que tenga el anfitrión, tendrá que pagar o no ciertas licencias.

En el caso de Ohio el límite es de 5 huéspedes (o cuartos disponibles). Así, si se tienen más de 5 huéspedes el anfitrión tendrá que comprar licencias para motel, y para servicio de comidas (se hace una revisión del tipo de cocina, de su limpieza y seguridad). De manera complementaria, se debe cumplir con las regulaciones anti-incendios que apliquen dependiendo del tamaño del lugar y de la cantidad de personas que lo habiten. Finalmente, se hace énfasis en que se debe tener en cuenta la zonificación municipal, y el tipo de edificio que se habite (usos permitidos y restringidos). En el caso de que se tengan menos personas, estos requisitos y normas no aplican más allá de las de una vivienda de uso residencial (Arneson, s.f.).

La experiencia brasileña *Cama e Café* fue presentada por Carlos Magno Cerqueira creador de la iniciativa que comenzó hace siete años, como una opción de alojamiento para artistas plásticos, músicos, poetas de todo el mundo, inicialmente en Río de Janeiro.

El modelo busca al tiempo mejorar el sector turístico al ofrecer una alternativa económica y de calidad, y mejorar la economía familiar de las personas que ofrecen el alojamiento en su casa. “Todo esto se aprovecha debido a la hospitalidad natural de los brasileños haciendo una experiencia enriquecedora para todos los actores” (Magno Cerqueira, 2009).

“La administración de *cama e café* se encarga de conectar a los oferentes y demandantes, de asegurar los pagos y de velar por la calidad del servicio selecciona las casas según unos estándares que aseguren una buena experiencia para el turista” (Magno Cerqueira, 2009).



La primera premisa es que los oferentes deben disfrutar el intercambio cultural, luego se examina la habitación y la casa, donde se deben cumplir condiciones de calidad tales como la exclusividad de la habitación y la limpieza entre otras. Finalmente se examina el desayuno que debe cumplir con un mínimo de componentes (Magno Cerqueira, 2009).

Para conectar las partes, se hacen unos perfiles personales de manera que tanto el turista como el oferente tengan una experiencia enriquecedora. Un ejemplo sería: persona fumadora, amante de los gatos, vegetariano y extrovertido. Entonces se buscará contactar a esta persona con una casa donde también sean vegetarianos, que sean afines con los gatos, no les moleste el cigarrillo y compartan en un ambiente extrovertido. De esta manera Cerqueira dice que se logra un máximo intercambio cultural, y el turista puede realmente conocer a fondo su lugar de destino. Así el turista no solo tiene una cama y un desayuno, sino una asesoría turística y compañía (Magno Cerqueira, 2009).

Las habitaciones se clasifican también con estrellas, dependiendo de la calidad y obviamente están directamente relacionadas con el precio. En general el costo para el turista es mucho menor que en un hotel (Magno Cerqueira, 2009).

En 2001 viajando por Europa Carlos Magno Cerqueira y dos amigos encontraron que era más económico y divertido quedarse en casas de lugareños. Luego dos años después empezaron a crear la red para implementar esta actividad en Brasil. En enero de 2003 se hizo la primera experiencia con 15 casas, y tuvieron alojamiento máximo, y excelentes retornos. Para seguir mejorando el servicio, se empezó a entrenar a los anfitriones y la respuesta fue un aumento en la calidad mediante el manejo de detalles de cortesía. Estas características han llevado a que el modelo sea premiado por el Ministerio de Turismo, y sea recomendado por múltiples guías de turismo (Magno Cerqueira, 2009).

5.6. Marco normativo en la experiencia internacional

5.6.1. Marco normativo en Cataluña

En primer lugar es muy importante comprender cómo funcionan las competencias del turismo en España. Estas son competencias exclusivas de las Comunidades Autónomas (CCAA), por lo que difieren entre las diferentes regiones, que definen su normativa de acuerdo a sus condiciones particulares y ello permite que haya una mayor descentralización de las directivas generales y particulares usadas para tratar los temas del sector turístico (Castañer y Escrichs, 2009).



- ✓ Art. 148.1.18 Constitución española: las CCAA podrán asumir competencias en la promoción y la ordenación del turismo en su ámbito territorial.
- ✓ y la Ley Orgánica 4/1979, de 18 de Diciembre, del Estatuto de Autonomía de Cataluña, art. 9.12: la Generalitat de Catalunya tiene competencia exclusiva en materia de turismo

En ejercicio de esta competencia exclusiva se dictó la Ley Turisme de Catalunya (LTC) de 21 de junio en cuyo artículo Art. 73 LTC establece que el Registro de Turismo de Catalunya tiene por objeto el ejercicio de la función registral relacionada con la ordenación y el control del sector turístico

Posteriormente, apareció el marco jurídico promulgado en la Comunidad Europea (Directiva 2006/123/CE) que busca proteger la legalidad no solo en el sector turístico sino en la práctica comercial en general, y coordina múltiples iniciativas y normas hacia el fin común de protección de la legalidad y del empresario.

En desarrollo de esta normativa comunitaria, el Decreto 106 del 6 de Mayo del 2008 buscó simplificar los procedimientos para la autorización de los establecimientos de alojamientos turísticos, con el objetivo de avanzar en el cumplimiento de la Normativa 2006/123/CE. El procedimiento se redujo a la presentación de una declaración responsable por parte del empresario donde se compromete a cumplir con la normativa, luego se obtiene un permiso municipal, y con la presentación de un proyecto técnico, se hace la inscripción en el Régimen de Comunicación: permiso simplificado (RTC) (Castañer y Escrichs, 2009).

Si bien con ese procedimiento el establecimiento comienza a funcionar, la Generalitat hace controles exhaustivos *a posteriori*, para verificar el cumplimiento de la declaración, y dado el caso de incumplimiento inicia el procedimiento de abrir el expediente sancionador y luego el expediente de cierre del establecimiento (Castañer y Escrichs, 2009).

La otra normativa que se ha implementado es el *Decreto Regulador de los Alojamientos Turísticos* que se ha consensuado con los diferentes sectores turísticos (hoteles, zonas de camping, hostales), y que establece diferentes reglamentos: en primer lugar define que la ventanilla única será el ayuntamiento, que es el ente que otorgará la licencia municipal para el ejercicio de la operación turística. Dicta además que el apartamento turístico no es una modalidad de vivienda sino de establecimiento hotelero, y en esta nueva modalidad toma el nombre de hotel-apartamento (Castañer y Escrichs, 2009).



Al ser un apartamento particular no podía hacerse el control por parte del Ayuntamiento lo cual propició una oferta ilegal o alegal de hostales en las ciudades, cubierta por un vacío permitido en la propia normativa. A partir de lo anterior se ha definido que la combinación de un servicio de alojamiento con cualquier otro tipo de servicio turístico (baños, servicios higiénicos, limpieza, lavandería, seguridad, recepción, etc.) redefine el inmueble como de tipo turístico (Castañer y Escrichs, 2009).

La problemática se hizo evidente porque la legislación permitía que se constituyeran empresas que explotaran estos apartamentos. Empezaron entonces a surgir muchas empresas con muchos apartamentos en oferta y se dificultó el control debido a la oferta exagerada. Ello abrió el espacio a la ilegalidad y a la competencia desleal por lo cual los empresarios turísticos formales y legales protestaron ante los altos costos que les causaba la competencia desleal.

Hubo colaboración con los diferentes departamentos de la Generalitat, y se definió la vivienda de uso turístico a partir de la Ley 18 de 2007 como *“la vivienda el uso de la cual los propietarios, con la autorización de la administración competente, ceden a terceros en condiciones de inmediata disponibilidad para una estancia de temporada, en régimen de alquiler o bajo cualquier otra forma que implique contraprestación económica. Los cesionarios no pueden convertir la vivienda en su domicilio principal o secundario”* (Ley 18 de 2007).

Esa ley luego fue modificada mediante el Decreto 106 del 6 de mayo de 2008 sobre *“medidas para la eliminación de trámites y la simplificación de procedimientos para facilitar la actividad económica, el cual define el apartamento turístico como “los edificios o conjuntos continuos formados por unidades de alojamiento que se ofrecen en condiciones de inmediata disponibilidad y con los servicios turísticos correspondientes, mediante precio, a las personas usuarias que, por motivos vacacionales o turísticos, realicen una estancia de días, semanas o meses”* (Cataluña, Ley 106 de 2008).

Con esta definición se combate la oferta ilegal, y el apartamento turístico pasa de ser un apartamento cualquiera de un edificio cualquiera, a una modalidad de alojamiento hotelero, que ahora no podrá convivir con el apartamento de vivienda. Entonces todos los apartamentos de un edificio o son de vivienda o son turísticos, y en este último caso está siempre abierto al público, por lo cual se facilita el cierre y la sanción del mismo. Esta redefinición también facilitó el control de las autoridades, debido a que se agilizó la ubicación en la inspección de los apartamentos y sus servicios por encontrarse concentrados (Castañer y Escrichs, 2009).



5.6.2. Marco normativo en Francia

La oferta de arriendo por temporada (*location saisonniere* en francés) es un componente importante de la oferta turística francesa. Bajo esta denominación encontramos por una parte las habitaciones que los residentes ofrecen dentro de sus casas y por otra parte, el arrendamiento de apartamentos o casas amobladas que se realiza durante las vacaciones para una duración determinada que se extiende a días, semanas o meses, pero que no pueden extenderse más allá de la temporada vacacional. Por esta razón el legislador definió que el período de arrendamiento no se puede extender más allá de 90 días, 12 semanas o tres meses consecutivos. Es importante notar que se hace un especial énfasis en el hecho de que estos apartamentos no pueden convertirse en domicilio permanente. En consecuencia, dado que se hace referencia a unos arrendamientos específicos de tipo vacacional, no se les pueden aplicar las reglas que rigen legalmente las relaciones de arriendo cuando se trata de un domicilio (Ley del 6 de Julio 1989 relativa a las relaciones locativas).

En primer lugar, el propietario que tenga la intención de alquilar su propiedad para las vacaciones deberá hacer una declaración de la misma ante la alcaldía del municipio en el cual se encuentra la propiedad. Esta regla está definida en el Artículo L324-1-1 del Código de Turismo en aplicación del Artículo 24 de la Ley del 22 Julio 2009 relativo al desarrollo y a la modernización de los servicios turísticos.

Esta obligación es la misma que existe desde el 2008 para las personas que quieren arrendar una o varias habitaciones en su casa (se trata entonces de las “*chambres d’hôtes*”).

A nivel tributario, el Código General de Impuestos francés (*Code General des Impots*) prevé en su Artículo 151 dos estatutos posibles para los dueños de apartamentos amoblados: arrendador de amoblados profesionales o arrendador de amoblados no profesional.

Se debe precisar que estos estatutos son válidos para cualquier categoría de arriendo amoblado (tipología de la cual el arrendamiento de apartamentos turísticos hace parte).

El estatuto de arrendador de amoblados profesional es muy interesante por lo que al final permite obtener ventajas fiscales importantes, que se traducen en deducciones tributarias (Nouvel Observateur, 2009).



Para obtener este estatuto se necesita cumplir con las condiciones siguientes (Artículo 151 del Código General de los Impuestos y Artículo 199 de la Ley de Finanzas 2009):

1. Estar inscrito en el registro de comercio y de las sociedades
2. Realizar unos ingresos anuales de más de 23 000 euros
3. Que esta actividad represente más de 50% de su ingreso

Este estatuto está reservado a personas con ingresos altos ya que la inversión de entrada esta alrededor de los 450.000 euros para poder comprar varios apartamentos y, tomando en cuenta un rendimiento del 5%, poder cumplir con la obligación de 23.000 euros anuales (Nouvel Observateur, 2009).

El estatuto de arrendador de amoblado profesional es muy ventajoso por las siguientes razones (Selectyz, s.f.):

- ✓ El tipo de imposición sobre los ingresos se aplicará a bajo las normas relativas a la categoría de los beneficios industriales y comerciales (BIC).
- ✓ Desde una perspectiva contable los activos inmobiliarios y mobiliarios se pueden amortizar (70% a 90 % del bien inmobiliario y 100 % del mobiliario).
- ✓ En relación a todos los gastos generados por la actividad, estos se podrán deducir de los ingresos globales y de esta manera se disminuye el nivel de imposición.
- ✓ Acerca de las imposiciones de las ganancias de capital (diferencia entre el valor de la compra y de la venta) el arrendador profesional seria exonerado siempre y cuando su actividad exista desde al menos 5 años y realice ventas por menos de 90.000 euros. Al contrario el no profesional tendría que pagar un impuesto sobre las ganancias de capital.
- ✓ Como contemplado en el Artículo 261 D4b del Código General de los Impuestos, si el apartamento amoblado se arrienda con servicios, al arriendo se le aplica el IVA y se puede pretender una devolución de impuestos.

En caso de que su actividad de arrendador no le permita obtener un ingreso de al menos 23.000 euros anuales o que no obtenga 50 % de sus ingresos en relación de esta actividad el arrendador no se considerará como arrendador profesional. En general este estatuto de arrendador no profesional corresponde



a personas que alquilen uno o más apartamentos sin llegar a la mínima que impone la ley tributaria.

En este caso la única obligación será la de la declaración de estos ingresos adicionales y pago de los demás impuestos generales.

5.6.3. Marco normativo en Italia

En el caso específico de Trentino, La Ley Provincial 15 de 2002 “regula el tipo y la clasificación de empresas hoteleras y de los tipos y características de los ejercicios fuera del hotel e incluye disposiciones destinadas a fomentar la aplicación de una marca de calidad y marcas de productos de la oferta de alojamiento hoteleros y extra-hoteleros, a fin de promover la cualificación del turismo del Trentino y garantizar al consumidor que el nivel real de los servicios ofrecidos” (L.P. 15 Trentino, 2002).

En el Capítulo II de la ley citada, se definen las casas y apartamentos de uso turístico (que en la práctica corresponden a la fuente de la parahotelería estudiada) de la siguiente manera:

Se consideran casas y apartamentos para alquiler a aquellas viviendas amobladas y equipadas con cocina americana o cocina independiente, con baño, gestionado por una empresa turística o inmobiliaria, con una oferta superior a tres unidades, que a título del propietario lo ofrece y arrienda a los turistas, proporcionando los servicios esenciales incluidos en el reglamento de aplicación. En adición, está prohibida la prestación de servicios hoteleros en estos apartamentos, principalmente el suministro de comidas (L.P. 15 Trentino, 2002).

La ley también ordena que sea el gobierno provincial quien establezca las bases para que los municipios autoricen la utilización de las propiedades en este negocio, con el fin de garantizar el uso óptimo de la infraestructura, y de promover las nuevas formas de alojamiento dependiendo de las características específicas de las edificaciones locales (L.P. 15 Trentino, 2002).

En cuanto a la recolección de datos, se ordena que las viviendas de alquiler reporten a la autoridad provincial la información y datos del turista y resultado del ejercicio del arrendamiento con el fin de actualizar las bases de datos de los organismos turísticos, con la finalidad del mejoramiento y el manejo del sector turístico, pero también con el objetivo de cumplir con los impuestos turísticos de la municipalidad. En caso de incumplimiento por no presentar la declaración impositiva, o porque esta se encuentre incompleta, la ley ordena la aplicación



de una sanción administrativa que oscilará entre 50 euros y 150 euros, por cada casa o apartamento (L.P. 15 Trentino, 2002).

En el caso de la provincia de Lombardía, la Ley Regional 15 del 16 de julio de 2007 es la encargada de la regulación y definición, profesionalización y organización turística para la Provincia de Lombardía. El artículo 43 de la mencionada Ley define las casas y apartamentos para vacaciones de la siguiente forma: son aquellos inmuebles dedicados al alojamiento que bajo un modelo de negocios unificado y organizado proveen de vivienda y servicios a los turistas. Esto mediante contratos de validez no superiores a 3 meses consecutivos y no inferiores a 7 días (este mínimo puede cambiar si el alcalde autorizara una excepción debida a fiestas y eventos especiales). Los inmuebles están ubicados en unidades residenciales y están constituidos por una o más habitaciones, con servicios públicos, con baños y cocina. Adicionalmente las empresas que gestionan estas casas y apartamentos son consideradas como tales cuando tienen disponibilidad de al menos 3 habitaciones situadas en un mismo municipio.

Para el caso de la Provincia de la Toscana, el turismo extra-hotelerero está regido por la Ley Marco sobre el Turismo en la Toscana de 2005. Siguiendo la tendencia general, la Ley se enfoca primero en la definición de las casas y apartamentos de alquiler turístico: “estas son casas y apartamentos para vivienda de alquiler que consisten en una o varias habitaciones amobladas y equipadas con baños y cocina, estando gestionadas por una modalidad de negocios para el alquiler a los turistas sin ofrecer servicios centralizados. Quienes manejan estos apartamentos deberán asegurar los servicios básicos (servicios públicos y limpieza) para la estancia de los huéspedes” (LMT Toscana, 2005). La ley también hace la aclaración de que en la definición de los apartamentos de alquiler no caben los servicios hoteleros ni el de suministro de bebidas y alimentos.

Finalmente, en provincia de Lazio, la normatividad sobre el alojamiento turístico está recogida en la Ley Regional 13 sobre “organización del turismo de Lazio” y la Ley Regional 16 de Octubre de 2008. Esta última Ley define la modalidad de apartamentos y casas de alquiler como: “*Propiedades amobladas para alquilar a los turistas con la prestación de servicios centralizados exceptuando la administración de alimentos y bebidas. Todo esto en el curso de una o más temporadas, con contratos válidos durante al menos 3 días y no más de 3 meses consecutivos*” (Lazio, LR 16, 2008).

La gestión de los apartamentos y las casas puede ser de dos formas: en la forma no profesional, se le imponen restricciones de cantidad y tiempo, limitando el número de inmuebles a dos, y al tiempo dedicado como parcial. La



segunda modalidad de gestión es la empresarial, que se da a partir de la gestión de tres inmuebles, y es más organizada (LR Lazio, 2008).

5.6.4. Marco normativo en México

La Ley Federal de Turismo en su Artículo 2 Título VII define los establecimientos de hospedaje de la maneja siguiente: “Los inmuebles en los que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación”. Así mismo, y siendo más explícita, la norma oficial 01 del 2002 añade “...referente a hoteles, moteles, albergues, y demás establecimientos de hospedaje,...que presten servicio a turistas” (SECTUR, NOM 01, 2002).

Un dueño de apartamento que desea arrendar su bien durante las temporadas turísticas pertenecería entonces a la categoría de establecimiento de hospedaje y por lo tanto es también un prestador de servicios turísticos. Debería entonces cumplir con todas las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos en la categoría de establecimiento de hospedaje.

5.7. Conclusiones de la experiencia internacional

El desarrollo legal del manejo de la hotelería paralela, en el caso de Cataluña define que una vivienda que es cedida con contrato inferior a 4 meses, y que presta uno o más servicios turísticos, es catalogada como vivienda de uso turístico y no puede ser usada para otro fin. Adicionalmente debe estar ubicada en edificios o conjuntos dedicados al mismo fin, por lo que se le exige una serie de permisos e inscripciones para su funcionamiento, y para corroborar los requisitos mínimos de calidad se hacen inspecciones a cargo de los ayuntamientos.

En caso de incumplir con las normas, requisitos de calidad o permisos establecidos, un sistema de sanción es aplicado, y dado el caso de reiteración o extrema gravedad en el incumplimiento de los mínimos, se procede al cierre.

Por ser parte la legislación en Francia ha mostrado, tanto en la parte administrativa como en la parte tributaria un gran avance en cuanto a la actividad de arriendo vacacional. Gracias a la información presentada se puede dar cuenta de que la voluntad del legislador expuesta través de los procedimientos de clasificación y de la existencia de la figura de arrendador profesional era sin duda de profesionalizar al máximo esta actividad, por lo que representa una de las opciones preferidas de los turistas debido a su gran flexibilidad y su economía (mediavacances.com, 2008).

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Esta misma voluntad de mejoramiento de la calidad se comprueba con la existencia de ayuda del estado tipo ORIL para la renovación y mejoramiento de la oferta locativa, demostrando aun más el esfuerzo de valoración que se está haciendo alrededor de esta oferta. Este esfuerzo permite a la vez mejorar el valor económico de estos apartamentos y en definitiva mejorar la sostenibilidad, atractivo y competitividad de los destinos (Veille info tourisme, S.F.), creando así una relación público-privada positiva, ideal para un buen desarrollo turístico.

Por otro lado, al analizar las normas de las diferentes regiones italianas se encontraron varias tendencias comunes, y varias particularidades que las hacen diferentes. Un ejemplo de las tendencias comunes es que las leyes regionales que regulan estos alojamientos no-hoteleros son relativamente nuevas, ya que casi todas fueron expedidas en la última década, con una concentración importante de los últimos cinco años. Esto demuestra que estos alojamientos debieron ser regulados debido a una expansión reciente de su oferta.

Otra línea regular que se encontró, fue la importancia de la definición de los tipos de alojamiento, ya que es esto lo que permite abordar el problema, buscar las mejores soluciones para atraerlos a la formalidad, y definir el régimen de infracciones y sanciones aplicable.

Una tercera línea común es la obligatoriedad de la solicitud y expedición de las autorizaciones para la prestación de los servicios de alojamiento. También hay una concepción general de la inspección y de las sanciones ante las infracciones que difieren principalmente en sus montos, y que tienen como norma común la duplicación de las multas ante la reincidencia en las infracciones.

En términos generales, también se observó que los procedimientos sancionatorios se basan en principio en multas para desestimular el incumplimiento de la ley. Pero una vez superadas las oportunidades para reincidir, y dada la gravedad de la infracción, muchas provincias estipulan que el mecanismo cancelación de la actividad se hace mediante la terminación de la autorización, y no necesariamente mediante el sellamiento del inmueble. Esto soluciona el problema de la dualidad en el uso de los inmuebles que si bien son viviendas residenciales, también tienen un objeto de explotación económica.

Una de las sanciones más reiterativas y expedita, es la que obedece a la superación de la capacidad de acomodación de los apartamentos. Esta sanción puede superar en algunas regiones los 2.000 euros, y como está previsto en casi todas las normas, se duplica debido a su reincidencia.



Con respecto a la imposición, la ley obliga a la constitución de una empresa, a partir de una cantidad mínima de habitaciones o inmuebles manejados, y de esta forma se les aplica el régimen impositivo general.

Por otro lado, también se encontraron discordancias entre las leyes. Por ejemplo está el tema de las multas donde cada provincia estipuló los montos adecuados, y en el contexto nacional, resultaron ser bastante heterogéneas.

Una diferencia muy importante y que se presenta en la Ley Regional de Lazio, es la categorización o clasificación de los inmuebles. Esta es tal vez la provincia más desarrollada en el tema de aseguramiento de la calidad del servicio turístico, en principio, porque concentra en Roma la mayor cantidad de camas disponibles de todo el país. En esta provincia los apartamentos y casas se clasifican en una escala de cuatro categorías, que es obligatoria para la expedición de la autorización, y además sirve para ubicar los precios adecuados y promocionar los establecimientos.

En cuanto a la experiencia mexicana frente al fenómeno de la hotelería informal, se encontró que esta genera también grandes pérdidas en términos de recolección de impuestos, dineros que harán falta en el momento de promocionar los destinos o más generalmente en el momento de crear o mejorar infraestructuras para el desarrollo turístico (Fernández Cabrera, 2009).

Frente a las protestas de los empresarios del turismo, las autoridades turísticas y tributarias trabajaron en conjunto para que los informales den un paso hacia la formalidad. Parece que esta estrategia 'amigable' basada sobre información acerca de la legislación y declaración voluntaria ha dado buenos frutos, permitiendo la formalización de numerosos informales. Sin embargo, no es posible asegurar si esta estrategia será suficiente, ya que parece que el número de inmuebles dedicado a esta actividad está creciendo.

En Brasil, las autoridades no consideran el sistema de hotelería informal Cama e Café como un problema. Esto tal vez se deba a algunas de sus características:

- ✓ En primer lugar, hay una centralización y una formalización de los pagos a través de *Cama e café*, de manera que deben cumplir con las disposiciones legales e impositivas.
- ✓ En segundo lugar, se benefician las familias brasileñas, y no se concentra en las personas de más altos ingresos, además apunta principalmente a un mercado con menor capacidad de pago que el mercado de los hoteles, por lo cual la competencia directa es limitada.



- ✓ En tercer lugar, hay una clasificación de las habitaciones según unos estándares. También hay control de calidad y un entrenamiento para los anfitriones, de manera que se busca asegurar un nivel de calidad importante.

Internacionalmente el sistema se ha difundido sobre todo por Europa y Estados Unidos. Las regulaciones que les aplican son en términos generales las de hoteles pequeños, en cuanto a simples condiciones de salubridad y de estructura, aplicables a cualquier vivienda. En algunos casos observados en Estados Unidos e Italia, el número de habitaciones disponibles define los requerimientos que debe cumplir el anfitrión en materia de imposición y regulaciones administrativas.

6. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA HABITACIONAL PARALELA DE LA ZONA DE ESTUDIO

6.1 Inventario georreferenciado de la oferta extra hotelera

Este estudio ha querido contribuir con la calidad turística de la ciudad, para lo que, sin que hubiese sido compromiso contractual, se habilitó una plataforma tecnológica de punta mediante la cual el ciudadano en general podrá acceder en línea a la información relacionada con los inmuebles ubicados en la zona de El Rodadero y el Rodadero Sur.

Este sistema es un medio tecnológico que está puesto en funcionamiento en sitios *web* a los que se puede acceder en línea gratuitamente con cualquier buscador internet.

Se espera que este esfuerzo sea complementado en el corto tiempo, de forma tal que en este inventario georreferenciado aparezcan aquellos apartamentos que cumplan con la normatividad vigente y las condiciones de calidad de prestación del servicio, como lo describen las buenas prácticas que recomendamos aquí.

Naturalmente podrán hacer parte de este sistema, y de manera privilegiada, los establecimientos hoteleros convencionales que podrán promocionar y comercializar sus establecimientos en este sistema. Se espera entonces que esta primera etapa se constituya en lo que deberá ser un sistema de información virtual del destino con facilidades para el desarrollo del mercadeo en línea.

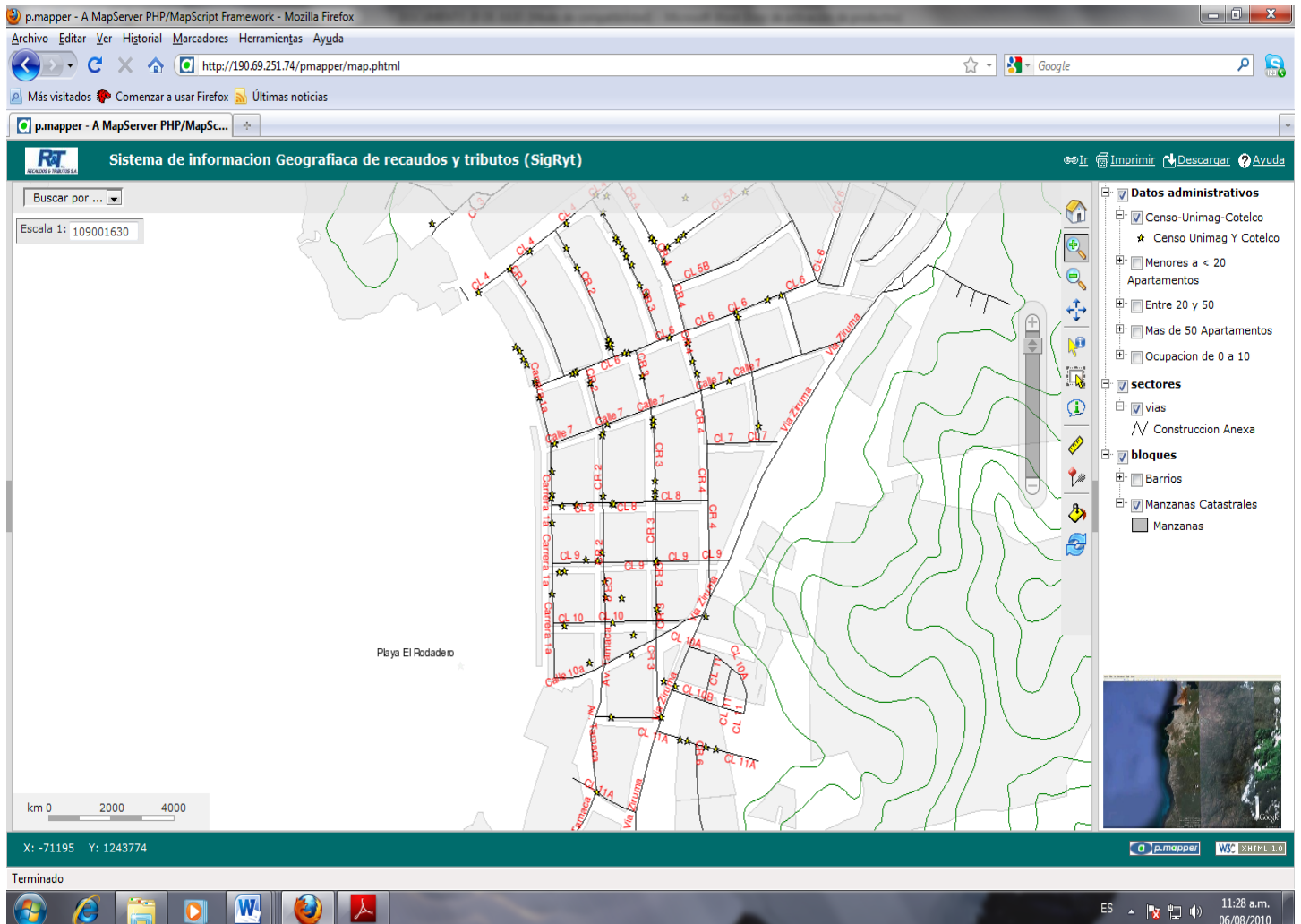
Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



La dirección URL a la que se puede acceder es:

<http://190.69.251.74/pmapper/map.phtml>



6.2. Caracterización de la oferta extra hotelera, zona de El Rodadero y Rodadero Sur

Con el fin de analizar la hotelería no formal en la zona de estudio, se procede a su análisis desde la oferta en cuanto al número de apartamentos, habitaciones y tarifas, además de la caracterización de la demanda. Con el ánimo de tener un escenario más amplio de las condiciones que presenta el destino frente a estos servicios, se incluye el análisis de algunas variables de



oferta, operación y mercado del alojamiento formal, de tal manera que aporte a las políticas turísticas y a las estrategias empresariales de la misma, ante la presencia de la competencia que actúa bajo condiciones de informalidad.

La información sobre la cuantificación de la oferta se obtiene del proceso de georeferenciación que se presenta en otro capítulo de éste estudio y la información tarifaria se obtiene de la consulta de páginas web para ser sistematizada por los investigadores del tema.

El análisis de la hotelería formal se adelanta a partir de la publicación de la Operación Hotelera de Cotelco para los años 2007 y 2008, que contiene información de los establecimientos afiliados en la ciudad de Santa Marta y de la información suministrada por Cotelco, extraída del Registro Nacional de Turismo para 56 establecimientos localizados en El Rodadero y Rodadero Sur.¹⁴ Para este segmento se analiza la oferta total, porcentaje de ocupación, tarifa promedio, nacionalidad de la demanda y motivo de viaje de los alojados.

6.3. La oferta

La oferta de apartamentos ofrecidos por un período inferior a 30 días asciende a 3.782 lo cual indica que aproximadamente el 69% de los inmuebles en la zona de estudio de este tipo constituyen oferta de servicios para el turismo. Respecto a la capacidad potencial de alojamiento se tiene que asciende a 22.692 turistas, a partir de un índice promedio estimado de 6 personas por apartamento.

Tabla 9. Oferta de inmuebles para el servicio de alojamiento turístico en El Rodadero

Número de edificios	Número total de apartamentos*	Número de apartamentos ofrecidos (Menos de 30 días)	Potencialidad de personas alojadas
183	5.480	3.782	22.692

Fuente: Información de la encuesta aplicada para este estudio.

¹⁴ Base RNT

	2007	2008	2009
Establecimientos	35	38	56
Habitaciones	1759	2131	2.737



Tabla 10. Oferta de alojamiento en El Rodadero y Rodadero Sur – 2009

Tipo de Oferta	Total	Habitaciones
Establecimientos de Alojamiento*	66	2.969
Apartamentos Alojamiento no formal**	3.782	8.320

Fuente: Elaboración propia a partir de: *Oferta de hotelería convencional de El Rodadero y Rodadero Sur: Datos suministrados por Cotelco Capítulo Magdalena, consultado en el Registro Nacional de Turismo. 2009. ** Apartamentos ocupados por menos de 30 días según levantamiento de información del estudio.

Tabla 11. Índice de camas por habitación en El Rodadero y Rodadero Sur

2007	2008	2009
3,05	3,11	2,87

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo.

El índice de camas por habitación que presenta la hotelería formal, arroja una oferta total de 8.521 camas, cifra, que aún sin tener el índice para los apartamentos, permite concluir que es mayor la potencialidad de alojamiento de la oferta no convencional.

6.4. Situación tarifaria

Con el objetivo de analizar la situación tarifaria de la hotelería paralela se adelantó la revisión de las ofertas a partir de las páginas web para 97 apartamentos localizados en la zona de estudio. Para tal fin se tomó la información relacionada con las tarifas de baja temporada, o aquellas que se muestran anteceditas de la palabra “desde”, lo cual indica los menores rangos tarifarios ofrecidos y la capacidad de los apartamentos en número de habitaciones y de personas posibles de alojar según su información, para realizar el cálculo del costo por persona a partir del uso máximo del mismo. En los casos en los cuales no se contó con la información del número de personas se calculó a partir de un índice de 2 camas por habitación. Ver Anexo 3.

El análisis muestra una gran concentración de precios en el rango de \$30.000 persona /noche, con mínimos de \$ 8.000 hasta máximos de \$115.000 persona



/noche; lo anterior muestra que éste rango ya se acerca a las tarifas de la hotelería convencional de categoría.

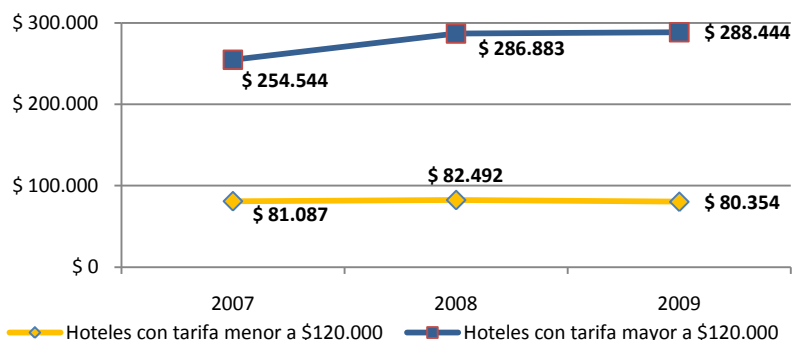
A partir de la información del Registro Nacional de Turismo para establecimientos formales localizados en El Rodadero y Rodadero Sur, se muestra la situación tarifaria a precios corrientes de cada año.

Tabla 12. Tarifa promedio calculada de hotelería formal en El Rodadero y Rodadero Sur

2007	2008	2009
\$159.272	\$ 190.329	\$ 168.781

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo. A Precios corrientes

Gráfico 5. Tarifa promedio de hoteles según nivel tarifario



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo.

Avanzando con el análisis se establecieron los siguientes rangos con el objeto analizar los mayores puntos de encuentro de las tarifas hoteleras con los precios de la hotelería informal.

- Hasta \$60.000
- De \$60.000 a \$90.000
- De \$90.000 \$120.000
- De \$120.000 a \$150000
- Más de \$150.000



Tabla 13. Tarifa promedio de la hotelería formal

Rangos tarifarios	Número de Establecimientos	Frecuencia %	Tarifa Promedio*
Hasta \$60.000	26	46.4	\$ 36.536
Más de \$60.000 a \$90.000	6	10.7	\$ 77.213
Más de \$90.000 a \$120.000	5	8.9	\$ 11.2647
Más de \$120.00 a \$150000	6	10.7	\$ 127.821
Más de \$150.000	13	23.2	\$ 280.067
Total	56	100.0	

* Tarifa promedio ponderada por el número de habitaciones

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo. A Precios corrientes

En esta forma se puede ver que, a pesar de existir oferta no convencional con diferentes niveles de calidad y servicios, la mayor presión de mercado por el factor precios se podría concentrar hacia los hoteles con tarifas ubicadas en el rango hasta de \$60.000

6.5. Servicios

Los servicios más comunes ofrecidos por los apartamentos que conforma la hotelería paralela son:

- Piscina
- Parqueadero
- TV cable
- Aire acondicionado
- Recepción,
- Vigilancia.

Otros servicios como gimnasio, juegos infantiles y cancha de tenis se ofrecen en apartamentos con mayores condiciones de calidad y tarifas. La localización es otro factor diferencial al destacar la vista al mar o la tranquilidad



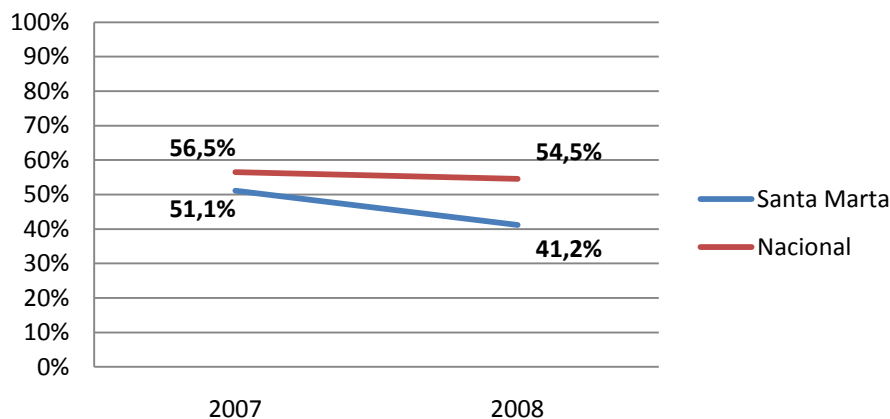
6.6. Ocupación

A pesar de no contar con la información de ocupación para la hotelería informal por la dificultad en su aporte por parte de los administradores de edificios o de los propietarios, se presenta a continuación un análisis de ésta variable para el alojamiento convencional en la ciudad de Santa Marta.

La ocupación hotelera de la ciudad de Santa Marta, presenta una notable disminución del año 2007 al 2008, 10 puntos aproximadamente, para situarse en el último año de referencia, en un nivel muy por debajo respecto al total nacional.

La Operación Hotelera de Cotelco, arroja la siguiente información para los años 2008 y 2009:

Gráfico 6. Porcentaje de Ocupación. Variación 2007 - 2008



Fuente: Información de la encuesta aplicada para este estudio.

Al analizar el comportamiento mensual de la ocupación hotelera se observa que el año 2008 se vio seriamente afectado por los comportamientos de los meses de diciembre, enero y julio, en los cuales se esperaba que se reflejaran los movimientos turísticos propios de la alta temporada, y octubre y noviembre. Lo anterior, combina el factor de estacionalidad que genera el mercado doméstico, su principal componente y una situación de baja operación.



Tabla 14. Porcentaje de ocupación mensual de la hotelería formal de Santa Marta, 2007 – 2008

Meses	2007	2008	Meses	2007	2008
Enero	64.1	52.2	Julio	51.6	33.2
Febrero	44.4	61.5	Agosto	60.1	50.4
Marzo	40.0	42.6	Septiembre	54.0	46.7
Abril	44.5	39.3	Octubre	52.6	34.8
Mayo	38.2	41.8	Noviembre	59.5	35.5
Junio	42.3	46.7	Diciembre	57.3	42.2

Fuente: Elaboración propia a partir de Operación Hotelera - Cotelco.

Tal como se anotó al inicio de éste capítulo también se analizó la ocupación de la zona de estudio, con un promedio similar al de Santa Marta para los años 2007 y 2008, sin embargo, para el año 2009, reporta un nivel inferior.

Tabla 15. Porcentaje de ocupación de la hotelería formal en El Rodadero y Rodadero Sur

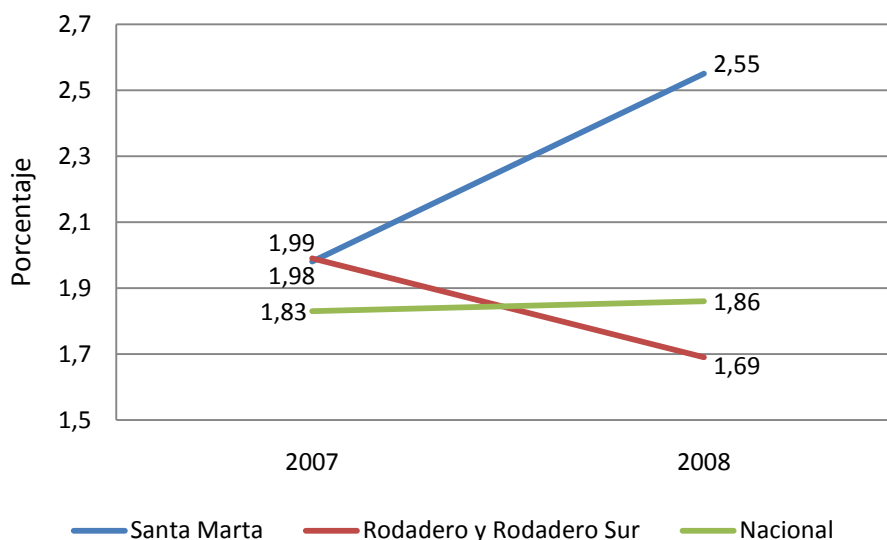
2007	2008	2009
49.0%	42.0%	45.9%

Fuente: Elaboración propia con base en información del Registro Nacional de Turismo.

La situación anterior encuentra alguna compensación a favor de los resultados de la operación, con el índice de ocupación que alcanza en 2008 niveles de 2,6 huéspedes por habitación, aunque la demanda de grupos presenta disminución como se analizara más adelante.



Gráfico 7. Índice de Ocupación



Fuente: Operación Hotelera. Cotelco.

6.7. Demanda: origen del mercado

Otra variable de cualificación a partir de la oferta es la composición de la demanda nacional o extranjera para la oferta de alojamiento formal y no formal.

Según información que arroja la encuesta aplicada a los usuarios del alojamiento en apartamentos (Ver Ficha Técnica, página 140), la demanda de origen nacional representa el 98.7% superior a la reportada por el RNT para la zona de estudio en 2009 que fue de 91.3%

Tabla 16. Porcentaje de mercado nacional y extranjero. Hotelería no formal

Origen del mercado	%
Doméstico	98,7
Extranjero	1.3
Total	100.0

Fuente: Información de la encuesta aplicada para este estudio.



El análisis de la nacionalidad del mercado extranjero muestra una alta presencia de venezolanos explicable por la conectividad del destino frente al mercado.

Tabla 17. Nacionalidad de los visitantes de El Rodadero y Rodadero Sur

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Alemana	1	14.3
Argentina	1	14.3
Francesa	1	14.3
Peruana	1	14.3
Venezolana	3	42.8
Total	7	100,0

Fuente: Información de la encuesta aplicada para este estudio.

Tabla 18. Porcentaje de mercado nacional y extranjero. Hotelería formal

Origen del mercado	2007			2008			2009
	Santa Marta	Rodadero y Rodadero Sur	Nacional	Santa Marta	Rodadero y Rodadero Sur	Nacional	Rodadero y Rodadero Sur
Doméstico	81,1	95,7	76,1	91,3	92,6	73,7	91,3
Extranjero	18,9	4,3	23,9	8,7	7,4	26,3	8,7

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo y la Operación Hotelera de Cotelco.

El mercado de origen nacional en Santa Marta y la zona de El Rodadero y Rodadero Sur se sitúan predominantemente, por encima del promedio nacional.

A partir de la definición de rangos utilizada en el análisis de la situación tarifaria de la hotelería formal, se muestra la composición del mercado así:



Tabla 19. Porcentaje de mercado nacional y extranjero por rangos tarifarios. Hotelería formal

Rangos tarifarios	Doméstico %	Extranjero %
Hasta \$60.000	92.42	7.58
Más de \$60.000 a \$90.000	99.64	0.36
Más de \$90.000 a \$120.000	87.44	12.56
Más de \$120.00 a \$150000	95.30	4.7
Más de \$150.000	90.38	8.71

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo.

Desde la composición de mercado y bajo el análisis de la mayor incidencia del mercado nacional en la demanda de la oferta de alojamiento no convencional, se amplía la presión de la competencia entre los dos tipos de alojamiento, al rango tarifario entre \$60.000 y \$90.000 persona.

6.8. Motivos de viaje

Desde el punto de vista de los motivos de viaje se encuentra que la recreación, vacaciones y visita a familiares o amigos representan un alto porcentaje para la demanda alojada en la hotelería paralela, mientras la hotelería formal distribuye su mercado con menor concentración en esta motivación, para atender el motivo negocios y convenciones.

Tabla 20. Motivos de viaje. Hotelería no formal

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo/negocios	18	3,3
Recreación, vacaciones, visita a familiares o amigos	518	96,3
Congresos, convenciones, seminarios	1	0,2
Tratamiento de salud	1	0,2
Total	538	100,0

Fuente: Información de la encuesta aplicada para este estudio.



Tabla 21. Motivos de viaje. Hotelería formal

Motivos	El Rodadero y Rodadero Sur		
	2007	2008	2009
Negocios	24,7	23,0	19,5
Recreación	67,0	70,4	73,3
Otro	8,3	6,6	7,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo.

Las estadísticas que produce Cotelco, presentan una agrupación de turista individual y de grupo (motivos recreación y vacaciones) que para el año 2008 ascienden al 62.7% posicionándose como el principal segmento, situación similar a la que presenta la oferta no convencional. El motivo *convenciones* aumenta su participación, lo que representa una excelente oportunidad para los hoteles con oferta de servicios complementarios.

Tabla 22. Motivos de viaje. Hotelería formal

Motivos	2007		2008	
	Santa Marta	Nacional	Santa Marta	Nacional
Negocios	28,0%	51,7%	21,1%	51,3%
Convenciones	12,2%	13,1%	16,2%	13,9%
Turista individual	42,0%	26,5%	54,5%	26,8%
Turista grupo	17,7%	8,7%	8,2%	7,9%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo.

La información que se muestra en el cuadro anterior, respecto a los motivos de viajes para cada uno de los rangos tarifarios establecidos para los establecimientos formales, confirma que tanto formales como informales se encuentran, atendiendo prioritariamente el segmento de demanda nacional por motivo de recreación con posibilidad de consumo hasta el rango de tarifas situadas en el límite superior de \$90.000.



Tabla 23. Porcentaje de turistas según motivo de alojamiento por rango tarifario. Hotelería formal

Motivos de alojamiento	Rango tarifario	Motivos de viaje	%
		Hoteles con tarifa de hasta \$60.000	Recreación
Negocios			19,5
Otro			6,8
Hoteles con tarifa de \$60.001 a \$90.000		Recreación	84,0
		Negocios	12,6
		Otro	3,4
Hoteles con tarifa de \$90.001 a \$120.000		Recreación	60,7
		Negocios	38,7
		Otro	0,6
Hoteles con tarifa de \$120.001 a \$150.000		Recreación	58,6
		Negocios	38,6
		Otro	2,8
Hoteles con tarifa superior a \$150.000	Recreación	75,8	
	Negocios	15,4	
	Otro	8,8	

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Registro Nacional de Turismo.

7. IMPACTO ECONÓMICO DE LA HOTELERÍA PARALELA DE EL RODADERO - SANTA MARTA

7.1. Metodología

Para caracterizar la demanda de la Hotelería paralela de El Rodadero – Santa Marta, fueron realizadas 542 encuestas en temporadas alta y baja en diciembre de 2009 - enero de 2010 y abril-mayo de 2010, según las siguientes especificaciones técnicas:

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Ficha Técnica para diseño y selección de la muestra	
Objetivos	Diseño de las muestras probabilísticas para caracterizar la demanda de la hotelería paralela de El Rodadero – Santa Marta.
Universo	La población objeto de estudio estuvo conformada por los turistas de la ciudad de Santa Marta, particularmente la zonas de El Rodadero y Rodadero Sur, que utilizan la hotelería paralela como medio de alojamiento. Por tratarse de un estudio de impacto se realizaron dos cortes de tiempo.
Cobertura	La cobertura geográfica corresponde a las zonas de influencia de la hotelería paralela de El Rodadero.
Precisión y Confiabilidad	Para los principales indicadores, los errores máximos permisibles fueron inferiores al 5,5% para las estimaciones a nivel de zona. El error de muestreo para las estimaciones agregadas fue inferior al 3.5%. La confiabilidad fue del 95%.
Niveles de desagregación	<ul style="list-style-type: none"> • Total General. ▪ Total por Dominio de Estudio-DE-. ▪ Total área de cobertura geográfica del Programa.
Período de referencia	Período comprendido entre el segundo y el cuarto mes de desarrollo del proyecto.
Período de recolección	Períodos correspondientes a la Alta Temporada (29/Dic/2009 – 7/Ene/2010) y la Baja Temporada En dos cortes de tiempo, uno para cada Temporada, con una duración de menos de un mes para cada recolección.
Marco muestral	Población de viajeros hacia la ciudad de Santa Marta que utilizan hotelería paralela como medio de alojamiento. Esta población estuvo definida según las características socio demográficas y de filosofía de viaje.
Unidades de observación y de análisis	La unidad de observación correspondió a los inmuebles ubicados en la zona de El Rodadero y Rodadero Sur que prestan los servicios de alojamiento de manera informal. La unidad de análisis son los viajeros hacia este destino, que utilizan esta oferta habitacional.
Tipo de muestra	El diseño de muestra fue probabilística, de selección aleatoria y autoponderado para los Dominios de Estudio-DE-.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Unidades de Muestreo	<p>UPM: Rodadero y Rodadero Sur</p> <p>U SECUNDARIAS: Dominios de Estudio, Inmuebles que ofrecen alojamiento de manera informal.</p> <p>U de OBSERVACIÓN: Turistas que utilizan la hotelería informal como medio de alojamiento.</p>
Método de selección	La selección de las unidades de observación fue controlada y por diseños básicos como el sistemático, el MAS o PPT, de manera que se garantizó la fiabilidad y la precisión establecida.
Método de recolección	Entrevista personal a turistas, mayores de 18 años, con entrevistador.

Las encuestas permitieron caracterizar un perfil sociodemográfico, documentar la decisión de compra, estimar el gasto turístico, determinar la calidad percibida de los encuestados y explorar la incidencia del nivel de ingresos en el comportamiento de otras variables, en El Rodadero –Santa Marta- como se detalla a continuación.

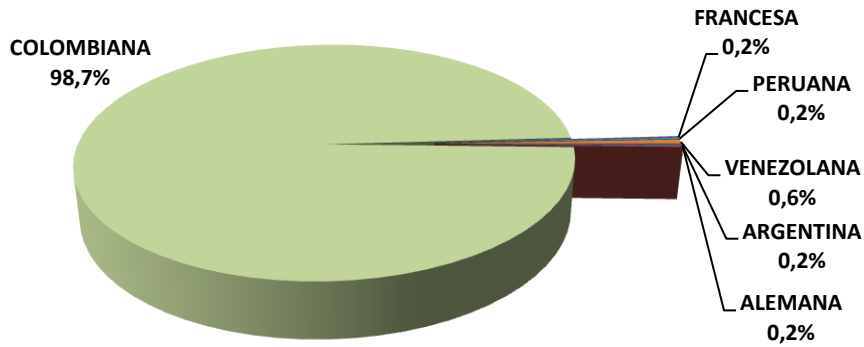
7.2. Perfil sociodemográfico

Para determinar el perfil sociodemográfico de los encuestados se indagó acerca de la nacionalidad, lugar (departamento/provincia) de residencia, género, edad, estado civil, nivel educativo, ocupación u oficio y nivel de ingresos familiares.

En cuanto a la nacionalidad, casi la totalidad de los encuestados es colombiana (98,7%), mientras un número marginal corresponde a extranjeros provenientes de Venezuela, Alemania, Argentina, Francia y Perú.



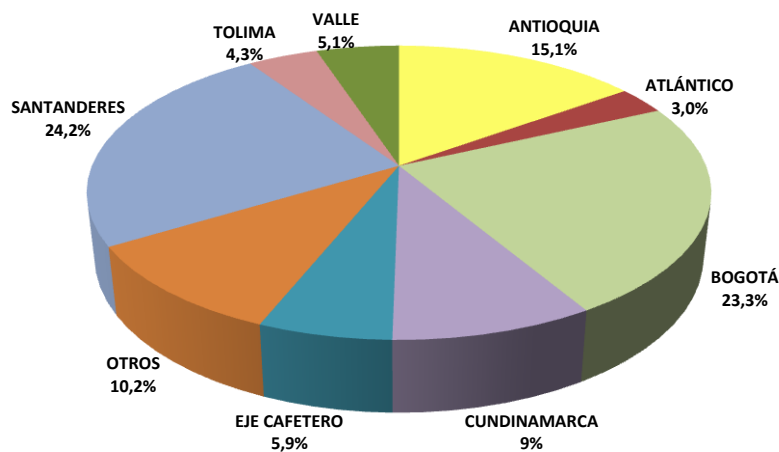
Gráfico 8. Perfil socio demográfico y nacionalidad



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Los Santanderes (Norte de Santander y Santander) son el origen nacional principal de los encuestados (24,2%), mientras Bogotá representa el 23,3%. Les siguen en orden de importancia Antioquia (15,1%); Otros (10,2%); Cundinamarca (9%); Eje Cafetero (Quindío, Caldas y Risaralda); Valle del Cauca (5,1%) y Tolima (4,3%).

Gráfico 9. Perfil socio demográfico y departamento de residencia

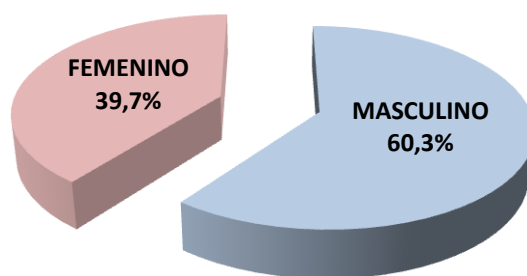


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



En cuanto al género, los encuestados son en su mayoría hombres (60,3%), frente a un 39,7% de mujeres.

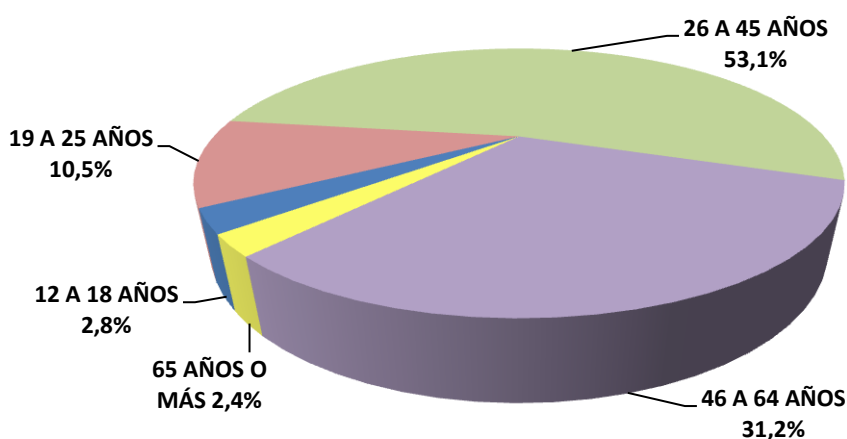
Gráfico 10. Perfil socio demográfico y género



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Los rangos de edades más representativos son de 26 a 45 años (53,1%) y de 46 a 64 años (31,2%), seguidos por los adultos jóvenes de entre 19 y 25 años (10,5%). Los grupos conformados por personas de edades entre 12 y 18 años, y de 65 años o más, representan proporciones menores.

Gráfico 11. Perfil socio demográfico y edad

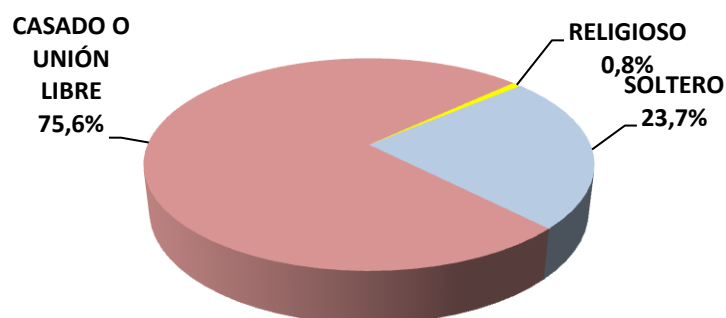


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



En cuanto al estado civil de los encuestados, el 75,6% es casado o se encuentra en unión libre y el 23,7% corresponde a personas solteras; un porcentaje marginal (0,8%) representa a religiosos.

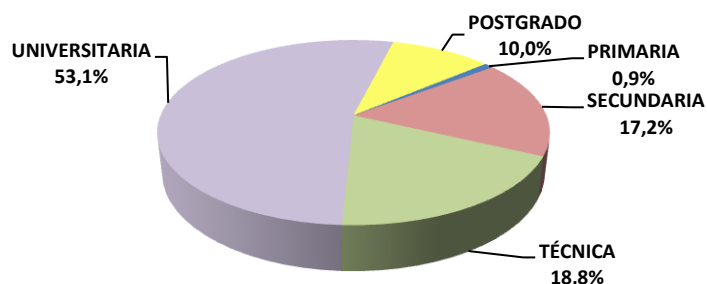
Gráfico 12. Perfil socio demográfico y estado civil



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Con respecto al nivel educativo, un poco más de la mitad de los encuestados (52,6%) cuenta con formación universitaria; seguidos casi en la misma proporción por técnicos (18,8%) y personas con educación secundaria (17,2%); un 10% alcanzó estudios de posgrado; mientras un porcentaje menor (0,9%) manifestó contar con nivel de educación primaria.

Gráfico 13. Perfil socio demográfico y nivel educativo

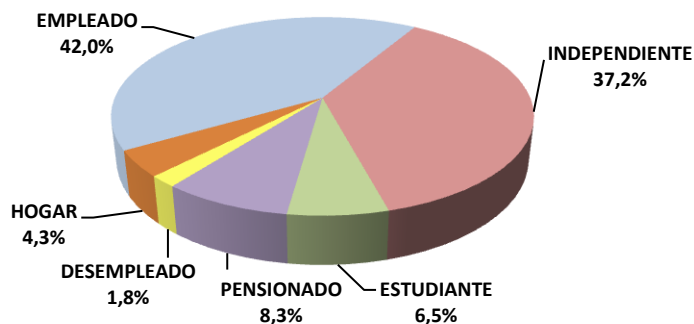


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



La ocupación u oficio principal que mayor porcentaje presentó fue la de empleado (42%), seguida por los independientes (37,2%) y en proporciones menores se reportaron los pensionados (8,3%), estudiantes (6,5%), personas dedicadas al hogar (4,3%) y finalmente, desempleados (1,8%).

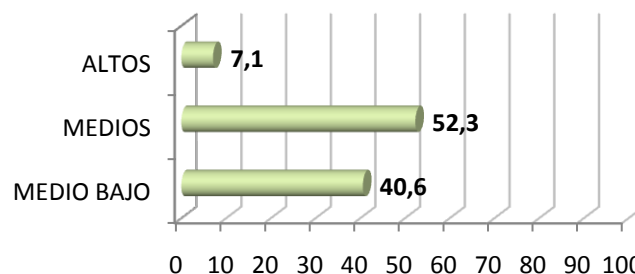
Gráfico 14. Perfil socio demográfico y ocupación u oficio



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelera Paralela de este estudio.

Los ingresos fueron categorizados en los niveles medio bajo, medio y alto. En este marco de referencia, es posible afirmar que los ingresos familiares mensuales de un poco más de la mitad de los encuestados (52,33%) son medios, mientras un 40,60% corresponde al nivel de ingresos medio bajos y un minoritario porcentaje (7,08%) responde a un nivel de ingresos altos.

Gráfico 15. Perfil socio demográfico y nivel de ingresos familiares mensuales

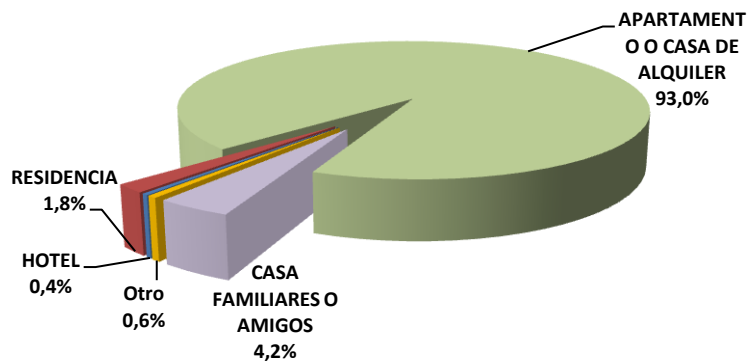


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelera Paralela de este estudio.



El mayor porcentaje de los encuestados (93%) manifestó encontrarse alojado en apartamentos o casas de alquiler. Porcentajes menores se alojaron en casa de familiares o amigos (4,2%), residencias (1,8%), otros (0,6%) y hoteles (0,4%).

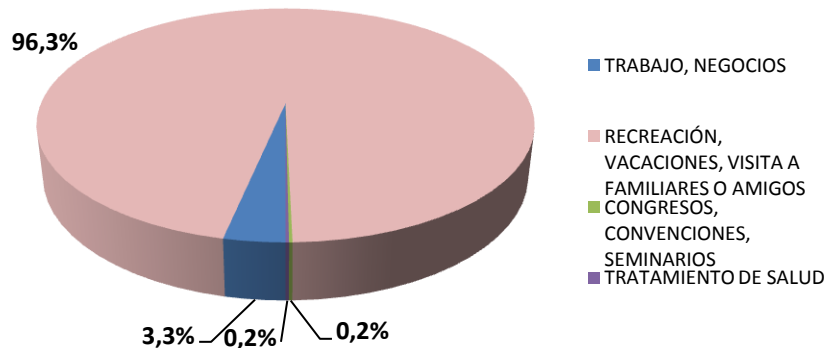
Gráfico 16. Perfil socio demográfico y modalidad de alojamiento



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

La principal motivación de viaje de los encuestados es recreación, vacaciones y/o visita a familiares o amigos (96,3%). El porcentaje restante corresponde a trabajo y/o negocios (3,3%); seguido de congresos, convenciones y/o seminarios y tratamientos de salud, en igual proporción (0,2% cada uno).

Gráfico 17. Perfil socio demográfico y motivo de viaje

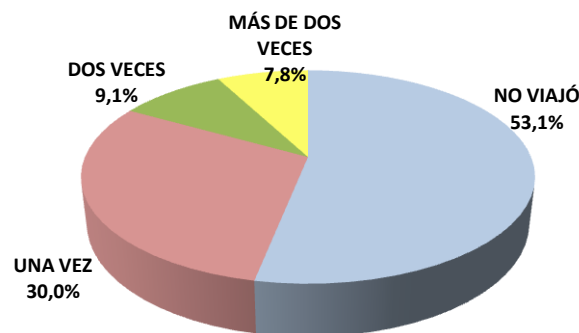


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



La frecuencia de visita a Santa Marta en el último año está conformada por un 53,1% que no viajó en tal período a la ciudad, un 30% que viajó a ella una vez en ese lapso, un 9,1% que lo hizo dos veces y finalmente un 7,8% que lo hizo más de dos veces.

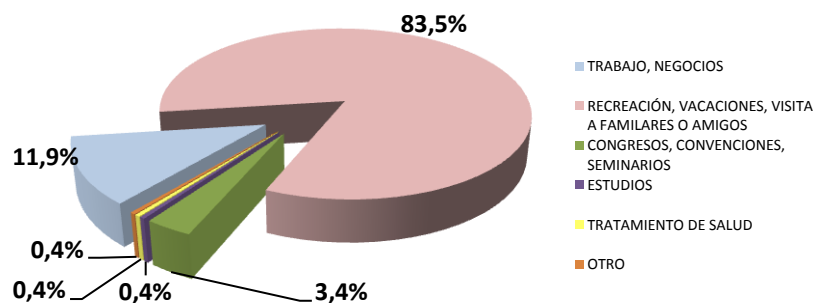
Gráfico 18. Perfil socio demográfico y frecuencia de visita a la ciudad en el último año



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

En cuanto a los motivos de viaje de quienes realizaron otros viajes a la ciudad durante el último año, el principal es recreación, vacaciones y/o visita a familiares o amigos (83,5%); le siguen trabajo y/o negocios (11,9%); congresos, convenciones y/o seminarios (3,4%) y por último y en porcentajes iguales, estudios; tratamientos de salud y otros (0,4% cada uno de los tres).

Gráfico 19. Perfil socio demográfico y motivos de otros viajes a la ciudad durante el último año

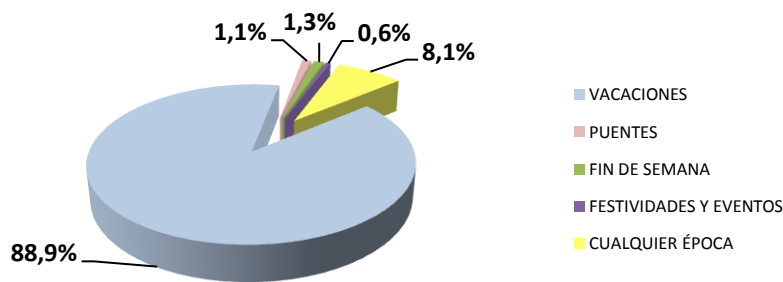


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



La época preferida del año para viajar a Santa Marta es en vacaciones (88,9%); un 8,1% dice que cualquier época del año es buena y finalmente, porcentajes marginales mencionan en su orden como época preferida los fines de semana (1,3%), los puentes (1,1%) y las festividades y eventos (0,6%).

Gráfico 20. Perfil socio demográfico y época del año preferida para viajar a la ciudad

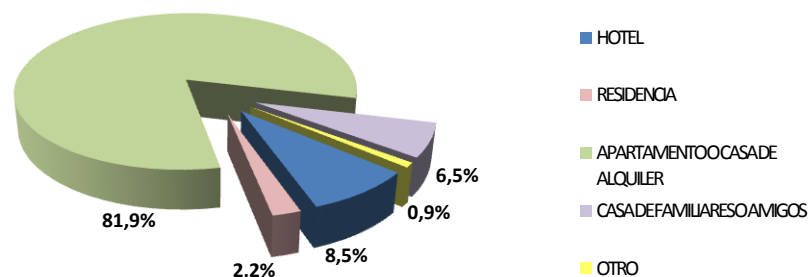


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelera Paralela de este estudio.

7.3. Decisión de compra

Con respecto a la decisión de compra de los encuestados, un amplio porcentaje manifiesta preferir alojarse en apartamento o casa de alquiler (81,9%), mientras el 8,5% se inclina por el hotel, el 6,5% lo hace por la casa de familiares o amigos, el 2,2% por residencia y el 0,9% por otro.

Gráfico 21. Decisión de compra y preferencia de alojamiento

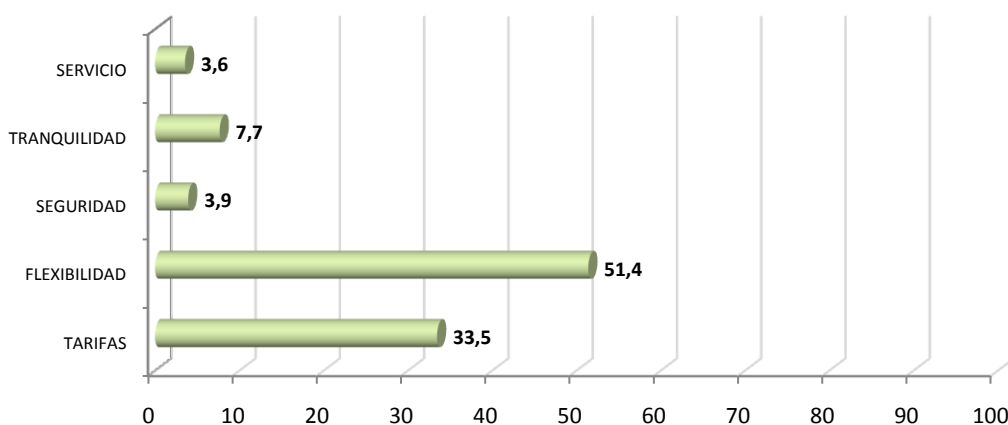


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelera Paralela de este estudio.



La principal razón que manifiestan para su elección es la flexibilidad, las facilidades para realizar las mismas actividades caseras pero, un buen grupo, también prefiere los apartamentos por la convivencia sin límites, casi de libertinaje, que les otorga este tipo de alojamiento; para hacer una connotación de este significado, hemos llamado a esta categoría: flexibilidad; así en efecto la flexibilidad (51,4%), seguida por las tarifas (33,5%) y finalmente, con mucha menor representatividad se encuentran la tranquilidad (7,7%), la seguridad (3,9%) y el servicio (3,6%).

Gráfico 22. Decisión de compra y razón de preferencia de alojamiento

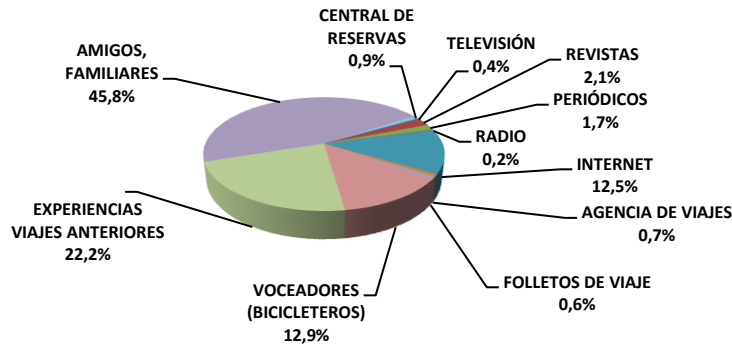


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

En cuanto a los medios de información utilizados para tomar la decisión de alojarse en un apartamento o casa de alquiler, casi la mitad (45,8%) manifiesta que son sus familiares o amigos las principales Fuentes, el 22,2% se remite a experiencias de viajes anteriores, el 12,9% utiliza la información obtenida a través de voceadores o bicicleteros, el 12,5% usa internet y porcentajes inferiores se remiten a revistas (2,1%), periódicos (1,7%), centrales de reservas (0,9%), agencias de viajes(0,7%), folletos de viaje (0,6%), televisión (0,4%) y radio (0,2%).



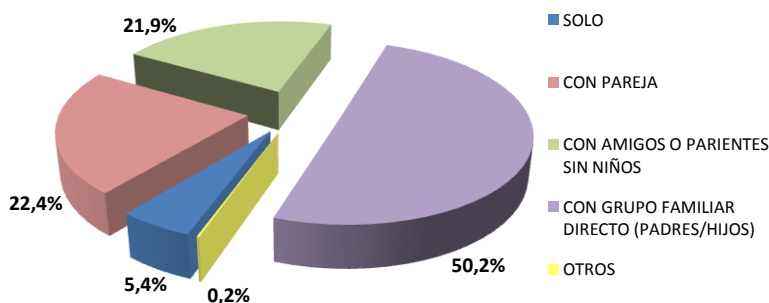
Gráfico 23. Decisión de compra y medios de información para elección de alojamiento en apartamentos o casas de alquiler



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

La mitad de los encuestados viaja con su grupo familiar directo, conformado por padres e hijos; seguidamente, las parejas y quienes viajan con amigos o parientes sin niños, representan casi la mitad restante en proporciones similares: 22,4% y 21,9% respectivamente; por último, el 5,4% de los encuestados viaja sólo mientras el 0,2% de ellos manifiesta otra opción no clasificada entre las anteriores.

Gráfico 24. Decisión de compra y cualificación del grupo

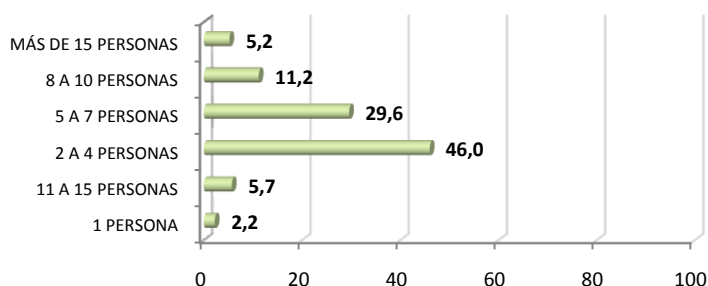


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



Los grupos se conforman en su mayoría por 2 a 4 personas (46%), seguidos por aquellos formados por 5 a 7 personas (29,6), a continuación se encuentran los grupos de 8 a 10 personas (11,2%), de 11 a 15 personas (5,7%), de más de 15 personas (5,2%) y de 1 persona (2,2%).

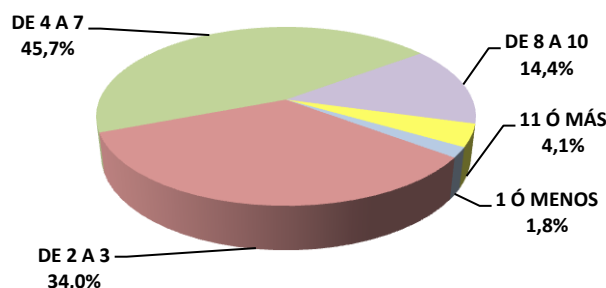
Gráfico 25. Decisión de compra y número de personas que componen el grupo



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Con respecto al número de noches que permanecen los encuestados en la ciudad de Santa Marta, el 45,7% lo hace de 4 a 7; el 34%, de 2 a 3 noches; el 14,4% permanece de 8 a 10 noches; el 4,1% lo hace por 11 o más noches y el 1,8% restante, por 1 noche o menos.

Gráfico 26. Decisión de compra y estadía



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



7.4. Gasto turístico estimado

Para estimar el gasto turístico se calculó el número de personas que componen el grupo tipo-promedio-que se estima en 6 (5,91) y el número promedio de noches que permanecen de 5 (5,14), según se observa en la Tabla 25.

Tabla 24. Gasto turístico estimado. Estadísticas descriptivas

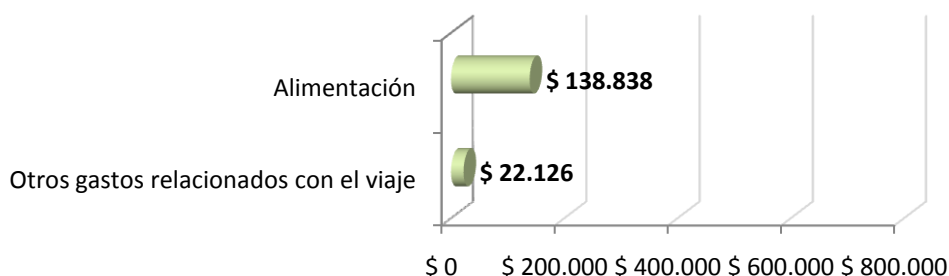
Criterio	N°	Mínimo	Máximo	Promedio		Desviación Estándar
				Estadístico	Error Estándar	Estadístico
N° de personas del grupo	437	1	35	5,91	0,221	4,610
N° de noches que permanecerá	540	1	30	5,14	0,133	3,092
Gasto promedio diario en alojamiento (Grupo)	474	\$ 30.000,00	\$ 1.750.000,00	\$ 262.668,78	\$ 9.084,81	\$ 197.790,38
Gasto promedio diario en alimentación (Persona)	507	\$ 10.000,00	\$ 500.000,00	\$ 138.838,26	\$ 4.811,98	\$ 108.349,72
Gasto promedio diario en recreación (Grupo)	283	\$ 10.000,00	\$ 500.000,00	\$ 130.137,81	\$ 6.440,26	\$ 108.341,95
Gasto promedio diario en cultura (Grupo)	63	\$ 20.000,00	\$ 300.000,00	\$ 98.079,37	\$ 8.732,65	\$ 69.313,29
Gasto promedio estadía en souvenirs (Grupo)	186	\$ 10.000,00	\$ 500.000,00	\$ 104.129,03	\$ 6.990,99	\$ 95.344,35
Gasto promedio diario en otros (Persona)	66	\$ 10.000,00	\$ 300.000,00	\$ 130.833,33	\$ 9.771,03	\$ 79.380,21
Gasto en transporte aéreo (Persona – Estadía)	74	\$ 90.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 611.756,76	\$ 82.111,70	\$ 706.351,53
Gasto en transporte terrestre (Grupo – Estadía)	416	\$ 40.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 398.194,71	\$ 15.644,21	\$ 319.080,60
Gasto en transporte intermunicipal (Grupo – Estadía)	38	\$ 20.000,00	\$ 2.200.000,00	\$ 329.605,26	\$ 66.000,99	\$ 406.857,41

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



Con respecto a los gastos promedio diarios por persona estimados, cabe afirmar que son ellos la alimentación, que se estima en \$138.838 y otros gastos relacionados con el viaje, calculados en \$22.126.

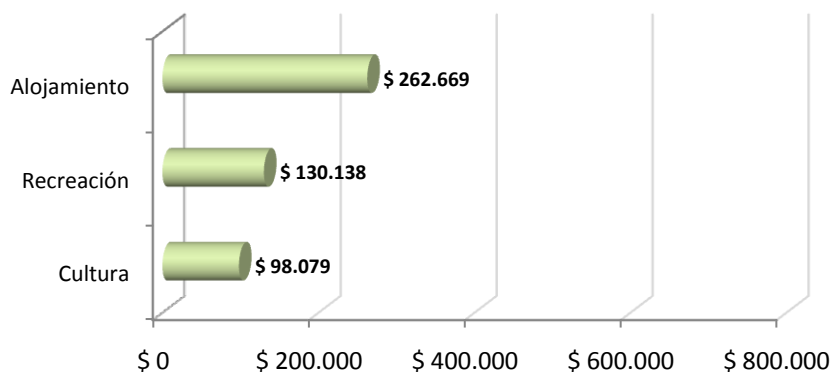
Gráfico 27. Gasto turístico estimado y gasto promedio diario (Persona)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Los gastos promedio diarios por grupo son alojamiento, estimado en \$262.669; recreación en \$130.138 y cultura, calculado en \$98.079.

Gráfico 28. Gasto turístico estimado y gasto promedio diario (Grupo)



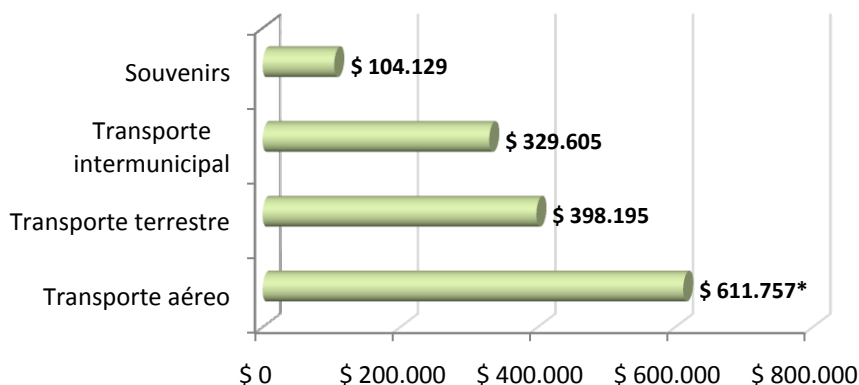
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Los gastos promedio correspondientes a la estadía y calculados por grupo son souvenirs, estimado en \$104.129; y las tres modalidades de transporte



identificadas para el estudio: transporte intermunicipal, estimado en \$329.605; transporte terrestre, estimado en \$389.195 y transporte aéreo, en \$611.757 sólo en este caso, estimado por estadía y por persona.

Gráfico 29. Gasto turístico estimado y gasto promedio estadía (Grupo)



* Gasto promedio estadía (Persona)

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

7.5. Calidad percibida

Con el fin de establecer un referente válido de la percepción de calidad por parte de los servicios de alojamiento en nuestro medio, se tuvieron en cuenta los estudios que realiza la firma *Infoconsultoría* para las principales cadenas hoteleras del país. Estos estudios de mercados se realizan con cobertura nacional y con huéspedes de las principales cadenas hoteleras del país. En efecto, estas investigaciones permiten conocer la percepción de calidad de los servicios de alojamiento a partir de los indicadores que se muestran en la siguiente tabla.



Tabla 25. Calidad percibida. Comparativo de percepción de calidad: Hotelería convencional vs Hotelería paralela

Dimensión: Calidad Percibida/Satisfacción		
Población:	Huéspedes de las principales cadenas hoteleras del país	Huéspedes de hotelería paralela de El Rodadero - Santa Marta
Calificación General	90,8%	74,2%
Total Puntos Asignados	20.634	22.243
Total Punto Posibles	22.725	29.980
Número Factores	17	12
Factores Relevantes	Calificación	
Cumplimiento de Expectativas	91,6%	78,4%
Ubicación	91,6%	80,2%
Correspondencia entre tarifas y calidad de los servicios	93,1%	76,2%
Confort	92,7%	74,4%
Seguridad	96,2%	79,8%
Excelencia	95,2%	74,6%
Facilidad y cumplimiento de la reserva	93,5%	74,8%
Modernidad de las habitaciones	86,8%	69,7%
Modernidad y comodidades baños	87,1%	69,2%
Comodidad camas	92,1%	69,3%
Entretenimiento (Programas / Áreas)	86,0%	64,4%
Atención efectiva a reclamos y/o sugerencias	89,0%	73,4%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio y del Estudio de la hotelería nacional: principales cadenas, llevado a cabo por www.infoconsultoria.com 2010.

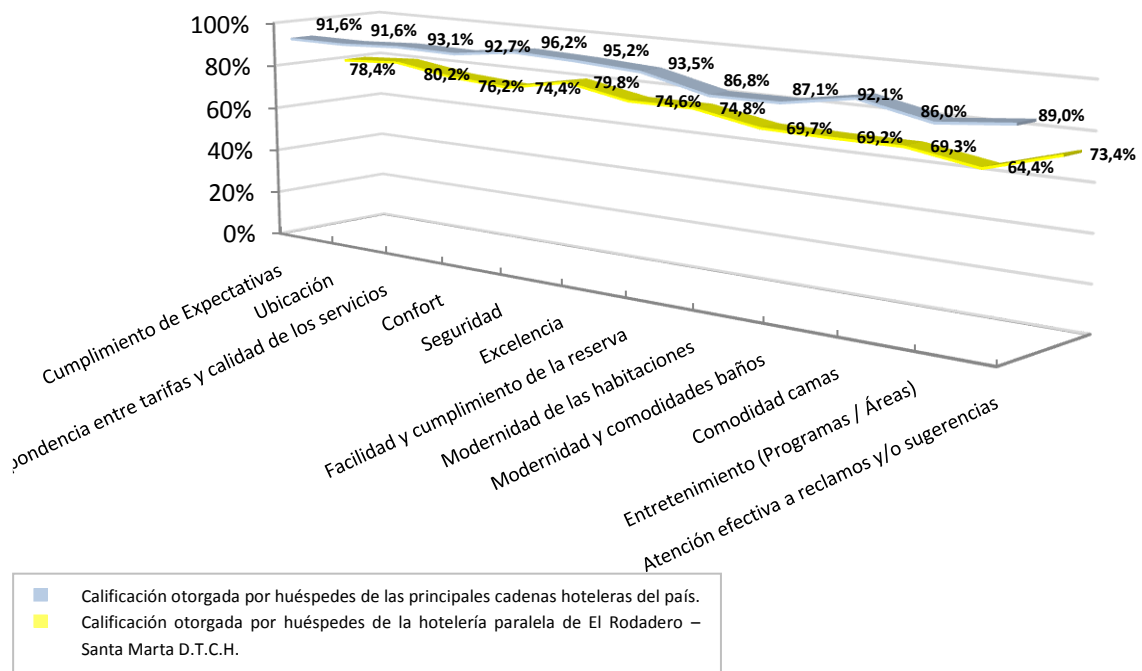
La Tabla 26 presenta la comparación de 12 factores relevantes, calificados por los huéspedes de las principales cadenas hoteleras del país y los huéspedes



de hotelería paralela de El Rodadero, Santa Marta, que conforman su percepción de calidad/satisfacción de los servicios de alojamiento.

Es de notar que todos los factores reciben una calificación inferior por parte de los huéspedes de la hotelería paralela, con diferencias de entre 10 y 22 puntos porcentuales. Los factores que más diferencias a favor de la hotelería convencional muestran son la comodidad de las camas, los programas y áreas de entretenimiento ofrecidos por el establecimiento y la excelencia, todos con diferencias mayores a 20 puntos porcentuales. Como resultado global, la calificación general de factores favorece a la hotelería convencional de manera contundente.

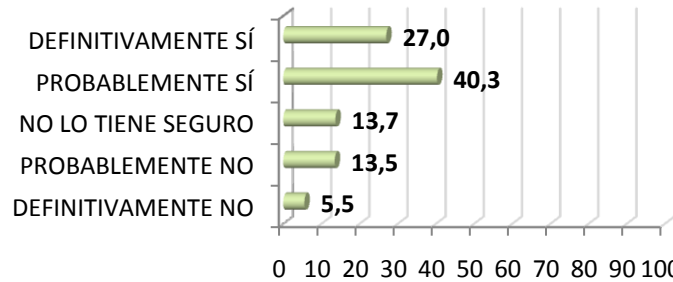
Gráfico 30. Calidad percibida. Percepción de satisfacción de servicios: Hotelería convencional vs. Hotelería paralela



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio y del Estudio de la hotelería nacional: principales cadenas, llevado a cabo por Infoconsultoría Ltda. en 2010. Después de calificar cada uno de los factores, el 40,3% de los encuestados dice que probablemente sí volvería a alojarse en el establecimiento que eligió para su viaje y el 27% afirma que definitivamente sí lo haría. El 13,5% no lo tiene seguro, el 13,5% probablemente no lo haría y el 5,5% definitivamente no se volvería a alojar allí.



Gráfico 31. Calidad percibida. Posibilidad de reiteración en el uso de servicios de hotelería paralela

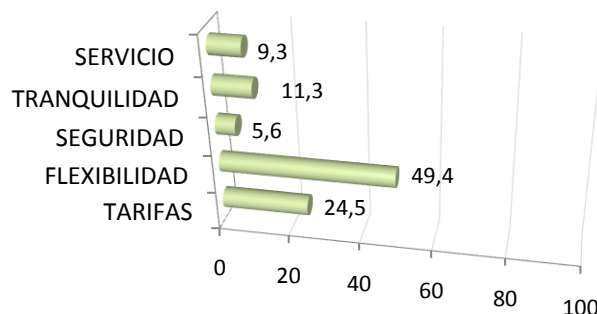


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio

Las razones que dan los encuestados para sustentar su respuesta anterior son la flexibilidad, mencionada por la mitad de ellos (49,4%), las tarifas (24,5%), la tranquilidad (11,3%), el servicio (9,3%) y la seguridad (5,6%).

Pero el significado más importante de este resultado es el hecho de que existe más de un 70% de oportunidades para la hotelería convencional de captar este mercado indeciso. Mediante estrategias adecuadas de mercadeo y promoción en las que se destaque el valor agregado que reconoce el huésped hotelero, tales como: adecuados estándares de servicio, el confort, las facilidades para las actividades recreativas, la seguridad, la correcta relación precio/beneficio, se presenta una oportunidad significativa para la hotelería convencional de aumentar su participación y sus porcentajes de ocupación.

Gráfico 32. Calidad percibida. Razón de posibilidad de reiteración de uso de servicios de hotelería paralela

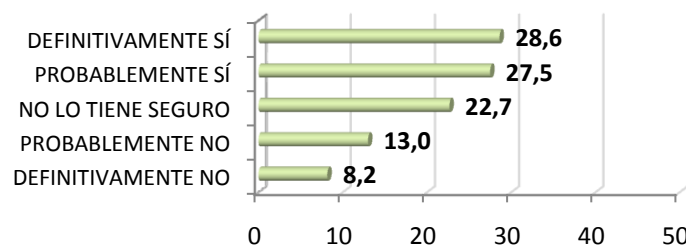


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



Con respecto a si preferirían el lugar donde se están alojando a un hotel convencional, para su próximo viaje, el 28,6% dice que definitivamente sí, el 27,5% dice que probablemente sí, el 22,7% no lo tiene seguro, el 13% probablemente no y el 8,2% restante afirma que definitivamente no.

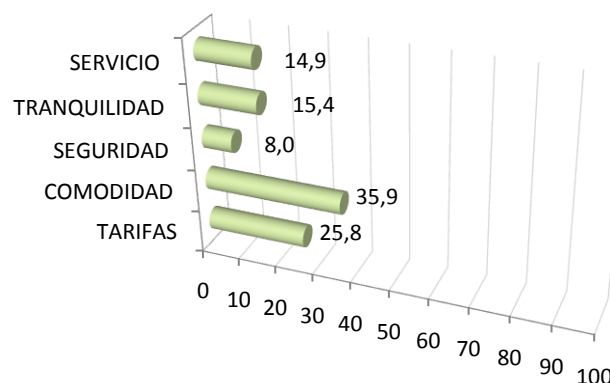
Gráfico 33. Calidad percibida. Preferencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Las razones dadas para su preferencia son la flexibilidad (35,9%), las tarifas (25,8%), la tranquilidad (15,4%), el servicio (14,9%) y la seguridad (8%).

Gráfico 34. Calidad percibida. Razón de referencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje

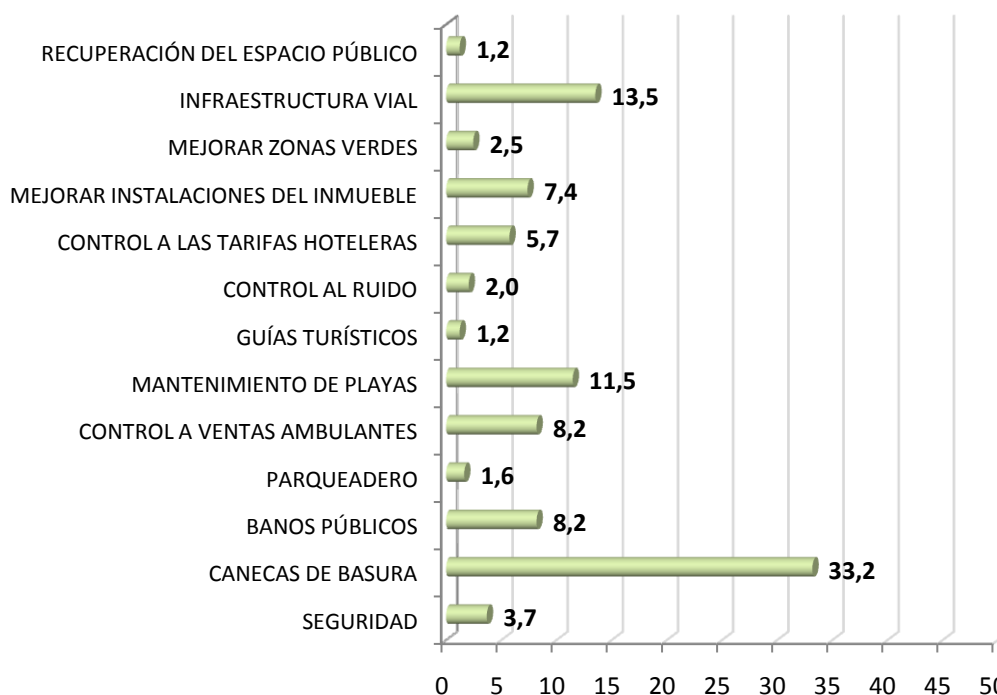


Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



Las observaciones adicionales que hicieron los encuestados fueron agrupadas en trece ítems o categorías que se muestran en el Gráfico 39, donde sobresalen ampliamente las consideraciones con respecto a las canecas de basura (33,2%). Después con porcentajes inferiores y en orden descendente, las observaciones giran en torno a la infraestructura vial (13,5%), el mantenimiento de las playas (11,5%), el control de las ventas ambulantes (8,2%), los baños públicos (8,2%), la necesidad de mejoramiento de las instalaciones de los inmuebles (7,4%), el control a las tarifas hoteleras (5,7%), la seguridad (3,7%), el mejoramiento de las zonas verdes (2,5%), el control del ruido (2%), los parqueaderos (1,6%), la recuperación del espacio público (1,2%) y los guías turísticos (1,2%).

Gráfico 35. Calidad percibida y Recomendaciones



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

7.6. Incidencia del nivel de ingreso sobre otras variables

El nivel de ingreso se identifica como variable condicionante del comportamiento de otras variables. A continuación se exponen los resultados

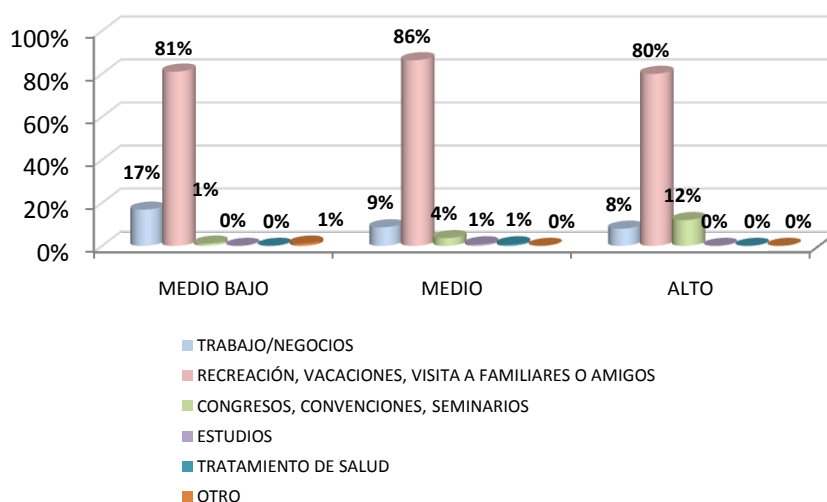


de la relación entre el nivel de ingreso y variables que afectan la decisión de compra y la percepción de calidad/satisfacción de servicios. Es necesario reiterar que más de la mitad de los encuestados (52,33%) se encuentra en el nivel de ingresos medios, el 40,6% lo hace en el nivel de ingresos medio bajos y un 7,08% lo hace en el nivel de ingresos altos.

En primera instancia, según el Gráfico 40, la recreación, vacaciones, visita a familiares o amigos es la primera motivación de viaje para todos los niveles de ingreso; sin embargo, en el nivel medio es donde representa mayor peso (86%), mientras que en el nivel alto es donde representa el menor. Es posible afirmar además, que a medida que disminuye el nivel de ingresos, disminuye el trabajo/negocios como motivación de viaje. La tendencia opuesta se muestra en los viajes motivados por congresos, convenciones y seminarios, donde a medida que se incrementa el ingreso, lo hace este tipo de viajes.

Aunque representan pequeñas proporciones, cabe mencionar que los viajes motivados por estudios y tratamientos de salud son más frecuentes entre los niveles de ingreso medios que en los otros dos niveles y adicionalmente, otras motivaciones de viaje son manifestadas en mayor proporción entre quienes cuentan con nivel de ingreso medio bajo, que entre los otros dos niveles.

Gráfico 36. Incidencia del nivel de ingreso sobre otras variables. Motivo de viaje a la ciudad en el último año, por nivel de ingreso



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



Según el Gráfico 41, es en el nivel medio de ingresos donde se manifiesta mayor preferencia por alojamiento en apartamentos o casas de alquiler (84%), seguido por el nivel de ingreso alto (82%) y por el medio bajo (80%). Sin embargo, en todos los niveles, este es el tipo de alojamiento preferido de manera notable sobre el resto.

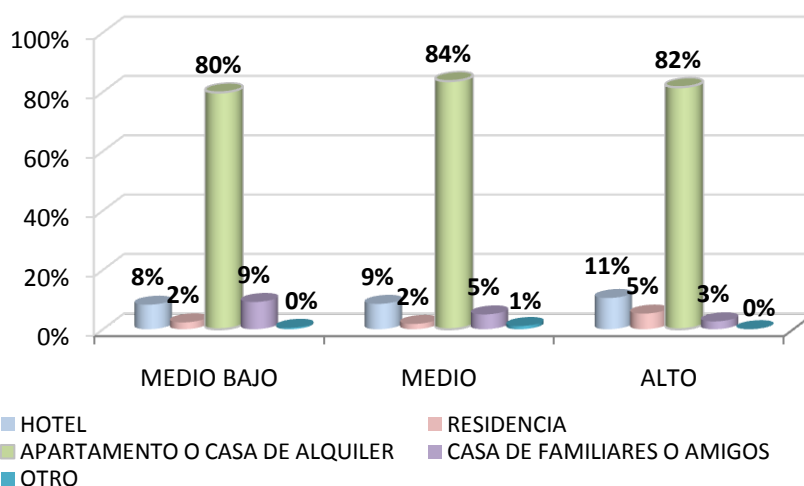
El hotel es el segundo tipo de alojamiento preferido en todos los niveles de ingreso, aun cuando es en el nivel alto donde tiene mayor representatividad (11%), seguido de manera descendente por el nivel medio (9%) y el medio bajo (8%).

Las casas de familiares o amigos encuentran mayor acogida entre quienes cuentan con ingresos medio bajos (9%) y su tendencia es descendente a medida que aumenta el nivel de ingreso.

Las residencias son más populares entre las personas de ingresos altos (5%) que entre aquellos con niveles de ingreso medio bajos y bajos, que igualan en 2%.

En el nivel medio de ingresos, otro tipo de alojamiento es mayor que en los niveles restantes de ingreso, aunque es una porción reducida (1%).

Gráfico 37. Nivel de ingreso y otras variables. Preferencia de alojamiento por nivel de ingreso



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



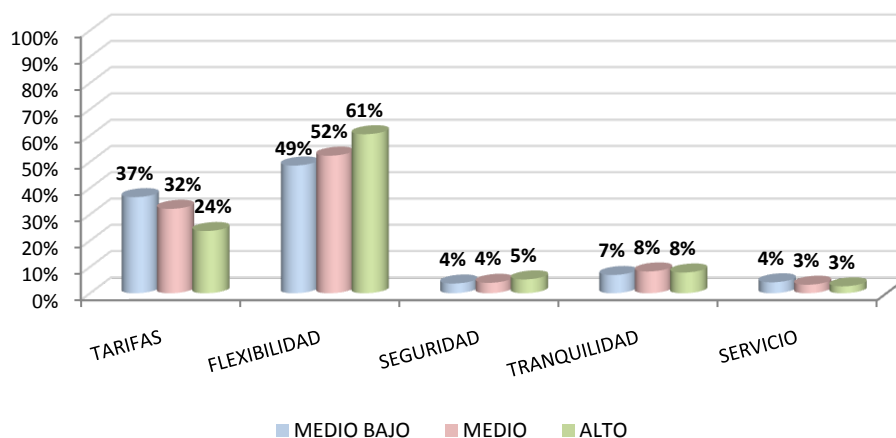
Dentro de las razones de preferencia de alojamiento por nivel de ingreso, siguiendo el Gráfico 42, destaca la flexibilidad, que adquiere mayor peso a medida que aumenta el nivel de ingreso: en el medio bajo representa el 49%, en el nivel medio representa el 52% y en el nivel alto representa el 61%.

Las tarifas son la segunda razón que explica la preferencia del tipo de alojamiento; no obstante, pierde importancia a medida que el nivel de ingreso se incrementa; en el nivel medio bajo corresponde al 37% mientras en el nivel alto corresponde al 24%.

La tranquilidad es igualmente significativa para los niveles medio y alto (8% en cada uno), mientras presenta una leve disminución en el nivel medio bajo (7%). La seguridad es la cuarta razón de preferencia del tipo de alojamiento y manifiesta mayor interés por ella el nivel de ingreso alto (5%), aunque los niveles medio bajo y medio se encuentran en un nivel similar (4%).

El nivel medio bajo es el que más se inclina por el servicio como razón de preferencia del tipo de alojamiento (4%), no obstante los niveles medio y alto se acercan bastante, cada uno con el 3%.

**Gráfico 38. Nivel de ingreso y otras variables.
Razón de preferencia de alojamiento por nivel de ingreso**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

De acuerdo con el Gráfico 43, las mayores probabilidades de regresar al lugar de alojamiento en el que se encuentran los encuestados, se dan entre quienes probablemente sí lo hagan y esto es más frecuente entre los niveles de ingreso



medio bajo y medio (41% cada uno), mientras el 34% del nivel de ingreso alto se manifiesta en tal sentido.

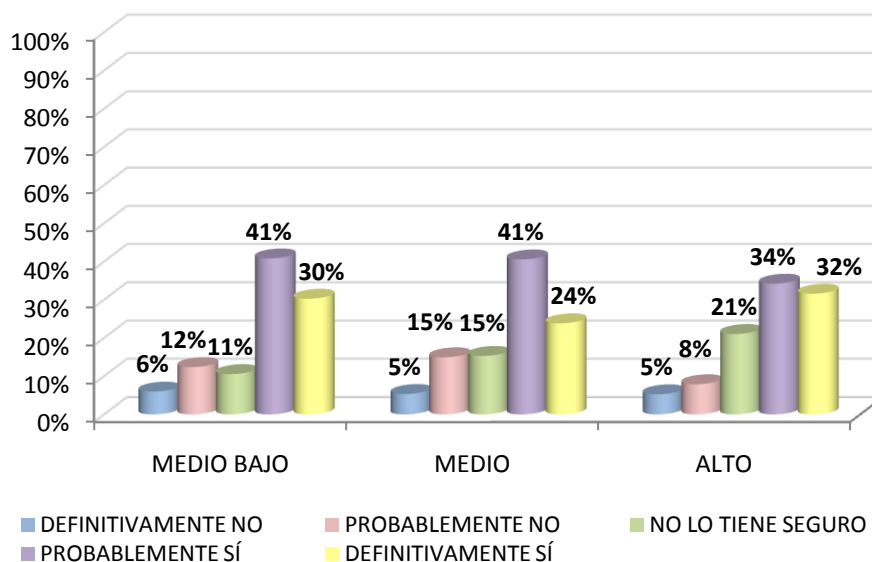
En los tres niveles de ingreso, definitivamente sí volvería a alojarse en el mismo inmueble es la segunda respuesta con mayor representatividad. En el nivel alto de ingreso, esta respuesta representa mayor incidencia (32%), mientras representa la menor en el nivel medio (24%).

Existe un porcentaje importante (21%) de encuestados del nivel de ingreso alto que no tiene seguro si volvería a alojarse en el mismo inmueble y esta proporción disminuye a medida que lo hace el nivel de ingreso.

Quienes en mayor proporción, probablemente no se volverían a alojar en el inmueble, son aquellos del nivel medio (15%), seguidos por aquellos del nivel medio bajo (12%) y del nivel alto (8%).

En proporciones similares, los tres niveles no volverían a alojarse en el inmueble (6% nivel medio bajo, 5% nivel medio y 5% nivel alto), como la opción con menor incidencia.

Gráfico 39. Nivel de ingreso y otras variables. Posibilidad de reiteración en el uso de servicios de hotelería paralela por nivel de ingreso



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

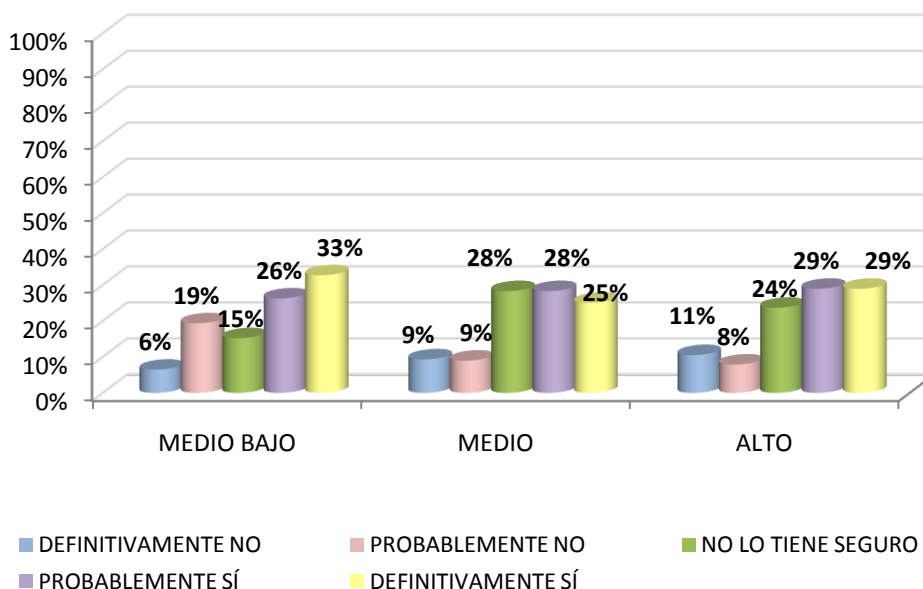


Con respecto a la pregunta a los encuestados acerca de si preferirían alojarse en un establecimiento que presta servicios de hotelería paralela sobre uno de hotelería convencional, por nivel de ingreso, siguiendo el Gráfico 44, definitivamente sí es la opción más importante dentro del nivel de ingreso medio bajo (33%). En los otros dos niveles de ingreso, tiene una representación importante y en el caso del nivel alto, es también la opción preferida (29%), aunque comparte el mismo peso que aquellos que probablemente sí preferirían el inmueble actual a un hotel convencional.

Y en el caso del nivel medio de ingreso, definitivamente sí preferiría el inmueble a un hotel convencional el 25%, mientras las opciones más importantes son probablemente sí y no lo tiene seguro.

Las menores incidencias en todos los casos son las de aquellos que definitivamente no preferirían el inmueble a un hotel convencional y aquellos que probablemente no lo harían, a excepción del nivel medio bajo de ingresos, donde estos últimos representan una proporción mayor que aquellos que no tienen segura su elección.

Gráfico 40. Nivel de ingreso y otras variables. Preferencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje por nivel de ingreso



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



En todos los niveles de ingreso, la razón primordial de preferencia de alojamiento en hotelería paralela sobre alojamiento en hotelería convencional, de acuerdo con el Gráfico 45, es la flexibilidad y presenta una tendencia decreciente a medida que disminuye el nivel de ingreso (del 63% en nivel alto al 47% en nivel medio bajo).

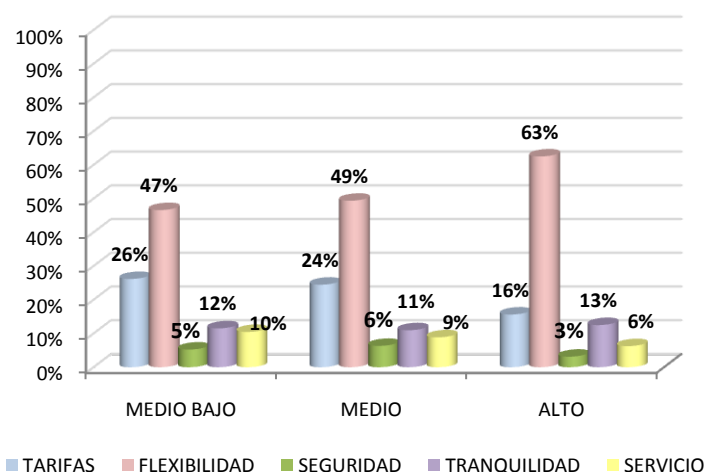
Las tarifas son la segunda razón de peso de esta preferencia y representan una importancia menor a medida que se incrementa el nivel de ingreso (del 26% en nivel medio bajo al 16% en nivel alto).

La tranquilidad representa un peso similar en todos los niveles de ingreso: 12% en nivel medio bajo, 11% en nivel medio y 13% en nivel alto.

El servicio es el cuarto factor determinante de preferencia de la hotelería paralela sobre la hotelería convencional y disminuye su importancia a medida que aumenta el nivel de ingreso (10% en el nivel medio bajo y 6% en el nivel alto).

La seguridad es la última razón que explica la preferencia del tipo de hotelería paralela sobre la formal y tienen el menor peso en el nivel de ingreso alto (3%), mientras en el nivel medio bajo representa el 5% y en el medio representa el 6%.

Gráfico 41. Nivel de ingreso y otras variables. Razón de preferencia de hotelería paralela sobre hotelería convencional para próximo viaje por nivel de ingreso



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Encuesta sobre Demanda Hotelería Paralela de este estudio.



8. LINEAMIENTOS DEL MODELO DE INTERVENCIÓN

8.1. Generalidades

El modelo de intervención planteado en este estudio, se considera un marco de referencia en torno a las viviendas turísticas u otro tipo de hospedajes no permanentes, como inmuebles destinados a la prestación de servicios turísticos, de tal forma que éstas, interactúen y aporten al desarrollo del destino turístico de Santa Marta Distrito Turístico, Cultural e Histórico, como actores estratégicos del mismo.

Con el fin de proponer los lineamientos generales para el modelo se tienen en cuenta los principales variables para la gestión del destino y se identifican las misiones de los actores que en él actúan bajo la mirada del desarrollo turístico como un sistema conformado por atractivos, prestadores, infraestructura y organizaciones con sus respectivas actuaciones y relaciones.

8.2. Turismo responsable en un país de leyes

Colombia tiene una larga tradición democrática y a nivel internacional se reconoce el hecho de que mientras la casi totalidad de los países vecinos soportaban regímenes militares, este país mantuvo en funcionamiento sus instituciones democráticas. En épocas recientes el establecimiento de la figura de la tutela y el recurso que muchos ciudadanos hacen a este recurso para salvaguardar sus derechos fundamentales es notable, lo mismo que el mantenimiento de la separación e independencia de sus poderes públicos.

Por ello el turismo como actividad debe enmarcarse también en las normas jurídica que la rigen: No solo porque la actividad está regulada por las leyes y decretos expedidos para sus diversas funciones, sino que adicionalmente los actores del proceso turístico están legalmente reconocidos y cumplen las obligaciones que se desprenden de su existencia legal: El registro turístico, el pago de los servicios públicos, el abstenerse de acceder ilegalmente al uso de recursos y el cumplimiento de la obligación de reportar a las autoridades los nombres de los usuarios de su servicio de alojamiento privado son compromisos de cuyo cumplimiento depende la seguridad propia y colectiva, la transparencia en las relaciones sociales, la confianza en los negocios; y sobre todo, la equidad que supere el riesgo de la competencia desleal.

Si existe el Acuerdo Distrital emanado del Concejo Distrital, con el desarrollo normativo que produjo la Alcaldía Distrital en 2007 al precisar las condiciones de carga de cada inmueble, es de esperar que el mismo se implemente y las



autoridades deberían proceder a su aplicación. Tales normas aunadas a las nuevas normas nacionales, permiten concluir que si existe la voluntad política, es hora de proceder a su implementación: En tal caso, se recomienda asegurar la difusión de las normas, sensibilizar la opinión pública acerca de la conveniencia de que todos los actores se acojan al cumplimiento de las normas legales; y sobre todo, que se cree una cultura de responsabilidad y cumplimiento en el entendido de que si alguien se sustrae del cumplimiento de sus obligaciones fiscales, por ejemplo, niega su aporte al financiamiento de los servicios que todos usamos.

En El Rodadero es frecuente observar el desborde de los servicios públicos o los apagones eléctricos en épocas de alta temporada: Si se tiene el censo de apartamentos y edificios, y se ha establecido la carga posible de recibir en cada inmueble, es asimismo posible calcular el volumen requerido de servicios públicos que se van a utilizar. Las autoridades podrán entonces planificar el desarrollo de esos servicios y los impuestos pagados por los usuarios ahora formalizados, contribuirán a su financiamiento.

8.3. Estrategias y políticas que responden a cada segmento del mercado.

La demanda de la hotelería paralela tiene en su mayoría la decisión de regresar a ese tipo de establecimientos y declara no estar interesada en optar por un hotel convencional. En estas condiciones se requiere operar hacia ese mercado con políticas de formalización de los prestadores, regularización de la relación contractual entre las partes, categorización de los inmuebles para estimular la calidad,

Por contrapartida, los hoteles formales, frente al hecho descubierto en la valoración de las opiniones de los turistas que se alojan en inmuebles informales, deben adoptar estrategias institucionales de direccionamiento de su oferta en temporada baja hacia alojamiento de convenciones (congresos encuentros talleres y seminarios) ,diversificando el hasta ahora rígido mercado gremial y estatal hacia otros actores y organizaciones sociales artísticas académicas y estudiantiles que aceptarán ofertas de la hotelería institucional si las condiciones son atractivas.

La recuperación de la seguridad que ha permitido el retorno de los viajeros terrestres, la construcción de la marina en Santa Marta, el incremento de los cruceros, la restauración de la zona centro, el ambiente de recuperación histórica que se vive en razón de bicentenario de la independencia para lo cual Santa Marta tiene grandes atractivos; y el creciente interés por el ecoturismo pueden ser aprovechados en una política más activa y que no se resigne a esperar pasivamente la llegada del turista en búsqueda de hotel.



8.4. Concertación y participación

En esta forma el modelo que se concreta mediante líneas de actuación práctica, considera como eje transversal la participación y la concertación con los actores sectoriales, y tendrá como objetivo general promover la sostenibilidad y la competitividad turística del destino a partir de la inclusión formal de las viviendas turísticas en la oferta de alojamiento del destino

La ciudad de Santa Marta, Distrito Turístico Cultural e Histórico, tradicionalmente se ha desarrollado como un destino del Caribe, con una importante oferta de atractivos y servicios que la posicionan como destino de sol y playa en el litoral Caribe colombiano, atractivos para el ecoturismo y un importante patrimonio histórico, patrimonial y de naturaleza, como la Sierra Nevada y el Parque Nacional Natural Tayrona (Éste último con 188.000 visitantes en el período Enero – Noviembre 2009).

Los movimientos turísticos extranjeros presentan una importante potencialidad, que mediante estrategias de diseño de producto, adopción de criterios de calidad y sostenibilidad por parte del destino y los prestadores de servicios, planificación territorial en relación con las actividades económicas del distrito, promoción, acciones institucionales, entre otras, logrará superar su participación del 1.9% del turismo receptivo que ingresa al país (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Otra fuente importante la constituyen los cruceros que arriban a la ciudad -34 buques con 75.500 turistas en 2009- con turistas de diferentes nacionalidades que distribuyen su consumo en servicios como guianza, artesanías, alimentos y bebidas y compras diversas que constituyen un elemento multiplicador para otros sectores productivos de la ciudad. Situación que también podría adquirir mejor participación (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

La ocupación hotelera que reporta Cotelco en los análisis de la Operación Hotelera, muestran que Santa Marta ofrece aproximadamente 2.500 habitaciones con un 54.5% de ocupación en el 2008, generado por huéspedes tanto nacionales como extranjeros, estos últimos con una participación promedio del 8.7% en la demanda hotelera.

En décadas pasadas se presentó un auge de la construcción inmobiliaria de edificios de apartamentos o conjuntos de casas como segundas viviendas, pero que no correspondió a un plan urbanístico ordenado y planificado, en el que se hubiera tenido en cuenta la sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental. En este contexto se originaron desarrollos urbanísticos como El Rodadero, que además no contemplaron la carga adicional de la demanda por la prestación de los servicios públicos, el saneamiento básico y los criterios que aseguraran

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



la sostenibilidad medioambiental; segundas viviendas que pasan a conformar la hotelería paralela en Santa Marta que hoy ofrece cerca tres mil setecientos apartamentos con posibilidad para alojar veintidós mil quinientos huéspedes.

Además de estos evidentes problemas urbanísticos y ambientales, Santa Marta ve amenazada su sostenibilidad turística por una oferta sin estándares de calidad y que no protege la sostenibilidad del entorno, pero con atractivas tarifas para el mercado, lo cual genera una importante afluencia no planificada de turistas, con problemas, de una parte, para el destino respecto a:

- Posicionamiento competitivo del destino con una oferta de calidad en el servicio de alojamiento.
- Detrimento de las inversiones inmobiliarias y activos de operación
- Deficiente gestión del agua y la energía.
- Deficiente manejo y disposición final de los residuos sólidos.
- Contaminación atmosférica, auditiva y visual
- Deterioro de la imagen turística del destino

De otra parte, se presenta el efecto de competencia inequitativa de esas formas no formales frente a la oferta empresarial, y que asume la forma de una guerra de precios y no como un proceso dinámico de diferenciación de diversas ofertas (todas legales) en atención a las expectativas, nivel de ingreso gustos y preferencias de los diversos tipos de consumidores.

Diferentes analistas anotan que lo importante no es este tipo de competencia, sino aquella que por cualificaciones del producto o innovaciones tecnológicas impacten la dinámica del mercado y mantengan en vigencia de las organizaciones. En consecuencia, las estrategias de las empresas deben orientarse a permanecer en el mercado en razón de su competitividad y a adaptar el territorio de actuación para atraer una mayor demanda, lo que significa el posicionamiento del destino turístico mediante la participación de los actores privados.

Según el Viceministerio de Turismo que “hay rezagos de comportamientos no competitivos, lo que hace que al comparar los servicios del turismo colombiano con estándares internacionales se perciba la magnitud del reto de mejorar. Las ventajas comparativas de la ciudad en el entorno caribeño y la presencia de importantes atractivos históricos y culturales, ameritan una mayor posición competitiva.”

Por su parte el sector privado consciente de la necesidad de mejorar la posición competitiva del destino, realiza esfuerzos administrativos y financieros para cualificar sus productos y servicios, de manera que las promesas de valor



sean percibidas y reconocidas por el mercado objetivo. Sin embargo, en este sentido el modelo se debe basar en un equilibrio de sinergias tendientes a hacer de Santa Marta un destino atractivo y competitivo para los mercados domésticos e internacionales del turismo, donde todas las estrategias se orienten en el mismo sentido garantizando el aprovechamiento razonable, armónico y equitativo de los atractivos turísticos que ofrece el destino bajo criterios de calidad, sostenibilidad y competitividad.

8.5. Identificación de los actores que participan en la dinámica de este subsector

La identificación de los actores debe ser el eje transversal del modelo y resulta de la interacción de éstos frente al sistema turístico y la necesidad de adelantar gestiones en forma coordinada.

Mediante un esquema matricial se muestran las diferentes organizaciones tanto públicas como privadas que intervienen en la gestión de los destinos turísticos a partir de acciones de:

- Infraestructura.
- Financiación de proyectos.
- Gestión de atractivos.
- Planificación del destino.
- Desarrollo empresarial.
- Promoción y Mercadeo nacional e internacional.
- Operación turística
- Estudios e investigación
- Programas de inclusión de la comunidad local

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Acciones de desarrollo/ organizaciones	Política , Planes y Programas	Infraestructura	Financiación de proyectos	Gestión de atractivos	Planificación del destino	Desarrollo empresarial	Promoción mercadeo nacional e internacional	Operación turística	Estudios e investigación	Inclusión comunidad local
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo										
PROEXPORT										
Fondo de Promoción Turística										
Secretaría de Cultura y Turismo Gobernación del Magdalena										
Alcaldía de Santa Marta										
Secretaría de Turismo Santa Marta										
Cámara de Comercio										
Cotelco										
Otros Gremios y Asociaciones										
Academia										
Sociedad Portuaria										
DIMAR										
Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales de Colombia										
Prestadores de Servicios Turísticos										
Prestadores de servicios complementarios										



8.6. Lineamientos generales del modelo

El modelo de intervención propuesto se basa en los principios que orienten a las viviendas turísticas a la adopción de buenas prácticas de calidad y sostenibilidad como partícipes de la competitividad del destino, como actores que complementan la oferta de servicios, y aseguran la satisfacción y exigencias de los clientes. En este orden de ideas se plantean los siguientes:

- El turismo bajo una visión sistémica. Se desprende de la visión de la actividad turística como el resultado de interacciones a considerar desde una óptica integral donde los elementos de la demanda, la oferta, la comunidad receptora y el territorio interactúan
- Observación de las normas que regulan la actividad
- Productos turísticos diseñados mediante la integración de servicios y atractivos, donde la autenticidad constituya una ventaja competitiva, considerando los recursos culturales y naturales que podrían incorporarse y la interrelación los prestatarios que intervienen en el producto.
- Desarrollo sostenible del turismo como una condición de la actividad que integre los aspectos ambientales, socios culturales, económicos y propenda por la satisfacción del turista.
- Concertación y actuación de los sectores público y privado.
- Productividad, competitividad y beneficios compartidos para todos los actores de la cadena de valor

Bajo éstos principios se propone el modelo de intervención orientado por los siguientes lineamientos:

- Desarrollo empresarial de los formales y/o de los informales bajo criterios de calidad y sostenibilidad, para lo cual la calidad debe ser considerada como un proceso donde confluyen aspectos de servicio, de planta física y procesos en la prestación del servicio. Tal como se mencionó anteriormente la estrategia actual no debe centrarse en el precio sino en la calidad.¹⁵

¹⁵ Definición de la calidad OMT: “En su programa de trabajo, la OMT entiende la calidad del turismo como "el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural". Definición preparada y modificada por el Comité de Apoyo a la Calidad en su sexta reunión (Varadero, (Cuba) 9 y 10 de mayo de 2003)”

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



- Segmentación y caracterización de la demanda con el objeto de identificar las condiciones del mercado objetivo, satisfacer sus preferencias y expectativas y en consecuencia gestionar las variables organizacionales de cara al cliente.
- Producto turístico diferenciado. Este lineamiento se analiza desde la mirada empresarial, para lo cual se avanzará en el diseño del micro producto según las características antes identificadas y de otra, representa un gran aporte para el desarrollo turístico de Santa Marta en el sentido de consolidar producto/destino y colocarlo en el mercado.
- Actuación bajo los principios de la cadena de valor: La articulación a la cadena de valor donde la idea esencial de es agregar valor en la forma más económica posible y retener ese valor como un resultado operacional. Se considera como una red estratégica donde los actores independientes, con una visión de asociatividad, busquen la competitividad; las actuaciones se encuentran dirigidas por las necesidades y preferencias del consumidor.
- Promoción y comercialización específica para las viviendas turísticas a partir de las características propias de su oferta.
- Aspectos jurídicos. Se considera que el tránsito de esta categoría de extra hotelería a prestadores formalizados mediante el cumplimiento de los requisitos legales debe atraer una nueva imagen ante el mercado de tal forma que ofrezca seguridad para el usuario.

LINEAMIENTOS	ESTRATEGIA
<p>Desarrollo empresarial bajo criterios de calidad y sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación en principios de calidad y sostenibilidad como una cultura de la gestión empresarial, que conduce a un proceso de mejoramiento continuo y a la adopción de mejores prácticas de desempeño. ✓ Articulación entre Propietarios – Administradores – Comercializadores con el objetivo de alinear los objetivos de calidad de las viviendas turísticas. ✓ Divulgación de las buenas prácticas. ✓ Asistencia técnica para gestionar las viviendas turísticas mediante una estructura de costos. ✓ Incentivos y difusión de programas para mantenimiento y reposición de activos de operación. ✓ Propiciar la adopción del “elemento

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



	<p>diferenciador” como una estrategia de mercadeo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Medición de la satisfacción del cliente. ✓ Adopción de un programa de mejoramiento continuo.
Segmentación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis tendiente a diferenciar y caracterizar el segmento de demanda de los alojamientos hoteleros y la categoría de Vivienda Turística.
Producto turístico diferenciado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño, promoción y venta de productos turísticos que incluyan las viviendas turísticas como la modalidad de alojamiento. ✓ Puesta en el mercado de nuevos productos. ✓ Oferta de productos diferenciados para el segmento de demanda prioritario de las viviendas turísticas.
Actuación bajo los principios de la cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conformación de la cadena de valor e identificación de agentes interrelacionados, donde estén presentes actores directos e indirectos o de apoyo. ✓ Establecimiento de objetivos comunes. ✓ Conformación de figuras asociativas de producción y operación que permitan fortalecer las negociaciones con proveedores, la generación de economías de escala, los procesos productivos y la comercialización. ✓ Propiciar programas de asociatividad y alianzas estratégicas entre todos los prestadores de servicios turísticos y complementarios. ✓ Generación de un sistema de información (estadísticas e indicadores) propios que permitan orientar la operación turística. ✓ Facilitar al mercado objeto el acceso a la oferta habitacional a través de medios electrónicos.
Promoción y comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de una Red de Viviendas Turísticas para la promoción, comercialización y venta. ✓ Diseño y puesta en marcha de un sistema



	<p>de información y reservas específico para las viviendas turísticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Avanzar en acuerdos comerciales en los que se propenda por una competencia leal entre el oferente primario y sus canales de comercialización. ✓ Propender por la formalización de los canales de comercialización, evitando la informalidad y el regateo como base de negociación.
<p>Aspectos jurídicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesoría para su formalización. Estimular la formalización de esta categoría de alojamiento ✓ Promoción gubernamental de las viviendas turísticas formales como elemento calidad y garantía para el usuario. ✓ Desarrollo de programas que regulen, promuevan y aseguren la prestación de servicios bajo estándares de calidad ✓

8.7. Recomendaciones para la puesta en funcionamiento.

Tal como se anotó anteriormente, el modelo de intervención aporta elementos prácticos para establecer un plan de acción que permita que las viviendas turísticas aporten a la competitividad del destino. En este orden se recomienda:

- ✓ Establecer un Plan de Acción donde se definan los programas, objetivos, recursos, responsables y cronogramas de ejecución y seguimiento.
- ✓ Divulgar ampliamente los resultados de la caracterización de la demanda derivados de este estudio con el fin lograr que los prestadores de servicios lo apropien e inicien acciones en este sentido.
- ✓ Se recomienda crear un comité de trabajo liderado por la Secretaría de Turismo de Santa Marta, Cotelco, el Vice ministerio de Turismo y la academia de tal manera que dinamice, socialice y gestione el modelo de intervención. Estas entidades deberán garantizar una participación amplia y definida de los representantes de las viviendas turísticas y otros actores que conforman la cadena de valor del sector.
- ✓ Se debe avanzar en estudios de mercados potenciales en origen con el fin de complementar la caracterización y conocimiento de las



- expectativas del consumidor, de tal forma que se oriente con mayor precisión el diseño de producto y los programas de calidad.
- ✓ Adelantar acciones de sensibilización a los actores de la cadena productiva: alojamientos, guías, servicios gastronómicos, servicios complementarios: transporte, sobre la formalización de esta oferta de servicios.
 - ✓ Las viviendas turísticas deberán especializarse en segmentos definidos de mercado.

9. SOCIALIZACIÓN PROYECTO “ESTUDIO DE LA HOTELERÍA INFORMAL EN EL DISTRITO TURÍSTICO DE SANTA MARTA, PROPUESTA DE UN MODELO DE INTERVENCIÓN”

Dentro de las actividades de socialización del Proyecto se encuentran las que se mencionan a continuación:

1) En el marco de la Vitrina Turística de ANATO 2009, se realizó una reunión preliminar de consulta para el diseño del proyecto de investigación con el Viceministro de Turismo Dr. Óscar Rueda García, el Presidente Nacional de la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco) Dr. Jaime Alberto Cabal, el Presidente Ejecutivo de Cotelco – Capítulo Magdalena Omar García Silva, el Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad del Magdalena Mg. Jaime Morón Cárdenas, representantes hoteleros de Santa Marta e investigadores del Proyecto: Dr. Beethoven Herrera Valencia y MSc. Manuel Leguizamón Tiusaba.

En este encuentro se establecieron los lineamientos y objetivos del proyecto.

2) Una vez que se hizo la primera formulación del proyecto, a partir de las recomendaciones sugeridas en la reunión anterior, se produjo una reunión técnica entre el Viceministro de Turismo y el Equipo de Investigadores, en la cual se ajustaron los objetivos del proyecto, excluyendo el tema jurídico e incluyendo en su reemplazo la comparación de experiencias internacionales. Esta reunión se llevo a cabo en el Viceministerio de Turismo.

3) Luego de la aprobación del proyecto por parte del Fondo de Promoción Turística de Colombia en el mes de octubre de 2009, el Equipo de Investigadores acompañó la reunión que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) - Seccional Magdalena- realizó con las autoridades

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



distritales y propietarios, arrendatarios, administradores, intermediarios y comisionarios de apartamentos y edificios de la ciudad.

El objetivo de esta reunión fue socializar y sensibilizar el convenio a ejecutarse entre el Viceministerio de Turismo, DIAN, DAS, Policía de Turismo y las Alcaldías para la puesta en marcha del Decreto 2590 de 2009, firmado el 25 de Julio de 2009, referente a la regulación de las viviendas turísticas en todo el país.

4) De igual forma el Equipo de Investigadores participó en el VII Seminario Internacional: “**La competencia desleal en los alojamientos turísticos: viejos y nuevos retos para el sector turístico**”, convocado por la Asociación Nacional Hotelera (Cotelco - Nacional) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), realizado en Bogotá los días 26 y 27 de noviembre de 2009 en el Hotel Marriott.

En este seminario se expuso por parte de los Investigadores Dr. Beethoven Herrera, MSc. Manuel Leguizamón y el Presidente Ejecutivo de Cotelco – Capitulo Magdalena- la experiencia de la ciudad de Santa Marta en la búsqueda de la formalización de los servicios de vivienda turística que en la actualidad se prestan de manera informal. En esta intervención se evidenció que la adopción de una normativa adecuada, aunada al compromiso de las autoridades turísticas, se puede dirigir con éxito a la ordenación y control de la competencia desleal en el sector.

5) Se realizaron dos reuniones de socialización con propietarios y administradores de apartamentos y edificios del sector en estudio. En primer lugar se tuvo un encuentro el día 4 de diciembre en las instalaciones del Hotel La Guajira, con una participación de aproximadamente 100 personas entre las que se encuentran, además de los administradores y propietarios de apartamentos y edificios, autoridades civiles y administrativas de la ciudad y el departamento; gerentes de hoteles afiliados a Cotelco – Magdalena-; personal administrativo, docentes e investigadores de la Universidad del Magdalena; guías de turismo; medios y periodistas de la ciudad y el país.

Cabe anotar que este evento estuvo presidido por el Sr. Viceministro de Turismo Dr. Oscar Rueda García, el Secretario de Gobierno Cesar Riascos Noguera, el Presidente Ejecutivo de Cotelco – Magdalena y el Director del Proyecto PhD. Beethoven Herrera Valencia.

En este evento se aprovechó para socializar los objetivos y alcances del proyecto, al tiempo que se dejó en claro que el carácter de éste no es policivo ni normativo, sino por el contrario de inclusión en el cual se busca un modelo

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



de intervención que propicie la formalización de la actividad, beneficiando la sostenibilidad del destino.

En segundo lugar se tuvo una reunión en el Hotel San Francisco, el día 5 de enero de 2010, en la cual participaron el Equipo de Investigadores, el Presidente Ejecutivo de Cotelco – Magdalena Omar García Silva, el Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Jaime Morón Cárdenas y un grupo de propietarios y administradores de apartamentos y edificios de El Rodadero.

En esta reunión se hizo una presentación general del proyecto por parte del Director Beethoven Herrera Valencia, en la que se comentaron experiencias a nivel nacional e internacional acerca de Hotelería Informal. Seguido a esto el investigador MSc. Manuel Leguizamón realizó una exposición técnica del proyecto: objetivos, puntos básicos, productos y resultados esperados.

6) El Equipo de Investigadores se reunió con los gerentes de los hoteles Irotama y La Fontana, que utilizan la figura de arriendo o administración de apartamentos privados en sus negocios, con lo que podría plantearse una vía de formalización de la hotelería paralela en Santa Marta. Uno de estos encuentros se llevo a cabo con el gerente del hotel Irotama del Sol Sr. Ruben Sossa, para conocer la experiencia de la administración de apartamentos privados por parte de este hotel.

De igual manera se tuvo una reunión con los directivos del Hotel La Fontana para conocer la práctica en la administración de los apartamentos del conjunto Plenitud en la ciudad de Bogotá. Esta experiencia junto con la descrita anteriormente del Irotama del Sol, han sido incluidas en el informe final del proyecto.

7) Así mismo el Equipo de Investigadores del proyecto sostuvo una serie de reuniones con representantes de las empresas de servicios públicos de la ciudad, con el fin de darles a conocer el contenido del proyecto y solicitar su apoyo en la entrega de la información relacionada con los consumos, que han permitido construir las mediciones de impacto y sostenibilidad en el área de estudio.

En este sentido se tuvo una reunión el día 4 de Enero de 2010 con el Ing. Juan Medellín de la empresa Metroagua S.A. con el fin de gestionar ante esta entidad prestadora del servicio de acueducto y alcantarillado de la ciudad de Santa Marta, una base de datos conducente a la identificación de los predios dedicados a la Hotelería Informal, en el sector de El Rodadero y Rodadero Sur.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



También en este día se tuvo una reunión con los ingenieros Yian Carlos Manjarrés y Erick Romero Benavides de la empresa Recaudos & Tributos S.A. para gestionar ante esta entidad, encargada del recaudo de los impuestos distritales en la ciudad de Santa Marta, la entrega de una base de datos de los predios existentes en el sector de El Rodadero y Rodadero Sur, con el fin de identificar aquellos predios dedicados a la Hotelería Informal. Como resultado de este dialogo se tuvo la colaboración en el levantamiento GPS del censo de predios que hace parte del informe final del proyecto.

Seguido a esto el día 8 de febrero de 2010 se tuvo una reunión con delegados de las empresas de servicios públicos Metroagua S.A. y Electricaribe S.A. en la que se establecieron los mecanismos de cooperación de parte de estas entidades con el proyecto de investigación. En esta se establecieron como compromisos la entrega de Bases de Datos relacionadas con el número de usuarios, consumos y variaciones de consumo en temporadas altas de Agua y Energía Eléctrica, respectivamente.

Finalmente el día 29 de Marzo de 2010 se inició la etapa del levantamiento del censo GPS de predios en el sector de estudio, con el acompañamiento del equipo de ingenieros de la empresa Recaudos & Tributos S.A. en el entrenamiento de los encuestadores en el manejo de equipos GPS y trabajo de campo inicial.

Otra de las reuniones que el Equipo de Investigadores hizo con entidades de la ciudad, se realizó con los representantes Carlos Flórez y Germán Caballero, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) – Magdalena, el día 19 de febrero, con el fin de concertar espacios de colaboración para el proyecto. Esta entidad se sumo al proyecto con la entrega de planos en plotter de las zonas en estudio, que facilitaron la identificación en campo para la posterior georeferenciación.

8) Más adelante el Equipo de Investigadores hizo una presentación preliminar de las encuestas al Viceministro de Turismo Dr. Óscar Rueda García, en la ciudad de Bogotá el miércoles 26 de mayo. En esta presentación participaron como invitados especiales el Dr. Cristian Stapper, Vicepresidente Jurídico de la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco – Nacional) y la Dra. Beatriz García, Asesora de Presidencia de esta asociación.

9) En la ciudad de Santa Marta la Presidencia del Congreso de la República, realizó el Conversatorio “Turismo Nacional” en las instalaciones del Hotel Zuana el día 11 de Junio. En este evento el Director del Proyecto presentó las conclusiones preliminares del mismo en presencia de dirigentes políticos, gremiales y sociales del turismo del orden local, regional y nacional.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



10) Seguido a este conversatorio se realizó una reunión privada entre el Viceministro de Turismo, el Alcalde Distrital, voceros de la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco – Nacional) y Capítulo Magdalena, representantes de la Asociación Colombiana de Viviendas Turísticas (ACOVITUR) e investigadores de la Universidad del Magdalena. En esta se presentaron los resultados de la georeferenciación del censo de predios ubicados en el área de estudio, la tabulación de las encuestas y las recomendaciones del modelo de intervención.

11) El Director del proyecto se reunió en la ciudad de Medellín con la señorita María Helena Ortegón, de la Asociación Colombiana de Viviendas Turísticas (ACOVITUR), para conocer el alcance de cobertura de sus afiliados, los servicios que presta y su experiencia en la administración de los apartamentos privados con uso turístico.

12) Con la redacción del informe final, el Equipo de Investigadores se reunirá con las Juntas Directivas de la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco) – Nacional- y del Capítulo Magdalena, para presentarles las conclusiones y recomendaciones del proyecto y retroalimentar el contenido del mismo.

13) Está prevista una presentación pública del proyecto a la ciudad de Santa Marta por parte de la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco – Nacional) y Capítulo Magdalena, en la cual los investigadores mostrarán los resultados finales del estudio a las autoridades locales, voceros empresariales, autoridades académicas de las universidades locales, administradores de apartamentos, medios de comunicaciones y demás invitados especiales.

14) La universidad del Magdalena publicará en la revista especializada de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas: **CLIO América**, la experiencia investigativa que ha arrojado en el desarrollo de la investigación. Así mismo realizará un evento académico dirigido a estudiantes del Programa de Tecnología en Gestión Hotelera y Turística, en la que se muestre la participación de los estudiantes de la facultad como encuestadores y asistentes de investigación y la forma en que este aporte alimentó la construcción del proyecto.

15) El informe final resultado de la investigación será entregado al Fondo de Promoción Turística de Colombia para que sea sometido a la revisión de la entidad designada como auditora para su visto bueno ó aprobación.

16) Una vez el estudio sea validado por el Fondo de Promoción Turística de Colombia, se promoverá la presentación en medios de comunicación de los resultados del proyecto. También se propone que el documento final sea remitido a los investigadores internacionales que participaron en el VII



Seminario Internacional, realizado en Bogotá en el mes de Noviembre de 2009, cuyas experiencias fueron incorporadas a la investigación.

17) Así mismo se plantea realizar una presentación técnica detallada a la Secretaría de Planeación y a los responsables del turismo del Distrito para explorar los mecanismos de implementación de las recomendaciones producto del modelo de intervención explicado en el proyecto.

18) La Universidad del Magdalena una vez que el Fondo de Promoción Turística de Colombia haya declarado la satisfacción del cumplimiento de los objetivos de la investigación, remitirá el documento final del proyecto a todas las Facultades de Hotelería y Turismo del país para que sirva de objeto de estudio para sus docentes y alumnos.

19) Los investigadores que han dirigido el proyecto de investigación estarán disponibles para asistir a los eventos gremiales, foros académicos e instancias de decisión política que estén interesados en conocer la investigación, su metodología y resultados y explorar las posibilidades en la implementación de sus recomendaciones.

20) Voceros empresariales de ciudades como Bogotá y Cartagena, aquejadas por el fenómeno de la hotelería informal han expresado su interés en realizar estudios similares que permitan obtener resultados comparativos. El Equipo de Investigadores estará disponible para apoyar tales iniciativas.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Cabe advertir que cuando se inició el desarrollo turístico de El Rodadero, no existía el mandato legal de establecer un Plan de Ordenamiento Territorial (POT) que regulara la asignación del espacio público para el desarrollo de los municipios y distritos; y ello explica en gran medida el crecimiento desordenado de las viviendas que posteriormente han sido utilizadas para alojamiento informal.
2. Todas las evaluaciones realizadas permiten encontrar un mayor reconocimiento a la calidad del servicio de los establecimientos hoteleros formales, destacando el confort, la seguridad, la calidad de los servicios, la recreación organiza, y las condiciones de comodidad para el descanso.



3. El segmento que se aloja en apartamentos corresponde fundamentalmente a la tipología de turismo de ocio; esta demanda se desplaza fundamentalmente en época de vacaciones. El destino no corresponde plenamente a todas las expectativas de los viajeros, pues en los apartamentos no encuentran la infraestructura ni recursos para el desarrollo de actividades propias de la recreación, el disfrute del tiempo libre y el descanso, como son las principales actividades a satisfacer por este segmento.
4. La ocupación de los apartamentos en alta temporada, por encima de su capacidad de carga; genera impactos negativos en el destino respecto al consumo de agua, energía y la generación de residuos sólidos (saneamiento básico).
5. Es de suponer que seguirá existiendo una demanda que preferirá el apartamento por aspectos relacionados con la filosofía de viaje (posibilidad de cocinar, lavar su ropa), tarifas, la conformación del grupo de viaje (ocupación ilimitada de los inmuebles) y la temporada preferida para el desplazamiento, que coincide con el mismo período de los hoteles formales.

Esta demanda es importante para la ciudad en términos de la sostenibilidad, pues ejerce un consumo turístico traducido en gastos en alojamiento, en alimentos y bebidas, servicios culturales, recreativos, compras y souvenirs; que impactan positivamente la generación de actividades productivas. Un 70% de la demanda de la hotelería informal mantiene una actitud incierta en relación a su preferencia por el hotel sobre el apartamento o viceversa, lo que se traduce en una oportunidad para la hotelería convencional, si se diseñan estrategias de producto, comercialización y venta adecuadas para este segmento.

6. Atendiendo al volumen de la oferta de la hotelería informal, el destino podría aprovechar esa oferta, para que una vez legalizada soporte la oferta de alojamiento y contribuya a atender el mercado. Si bien es cierto que la hotelería paralela ofrece condiciones de calidad y seguridad insuficientes, se evidencian altos flujos turísticos que utilizan sus servicios.
7. Los actuales canales de distribución están basados fundamentalmente en sitios web, en perifoneadores en la calle y publicaciones especializadas. Sin embargo, ninguno de los actuales canales ofrece garantías o seguridad al usuario. Es decir, el cliente está en condiciones de indefensión y vulnerabilidad, lo que finalmente pone en riesgo la imagen del destino.



- Lo anterior sustenta la propuesta del modelo de intervención para que una vez formalizados los actuales servicios de alojamiento extrahoteleros y que se conviertan en vivienda turística según la categoría que determina la ley, sean objeto de acciones de mejoramiento en los diferentes eslabones que componen la misma cadena productiva. Esto es la producción, la comercialización y los servicios de posventa.
8. La demanda observada para el destino se puede calificar como una demanda *rotativa*, ya que el uso de servicios de la hotelería formal y de la no formal dependen del motivo de viaje. Esto es, si la tipología es netamente recreativa, el uso tendrá una clara tendencia hacia apartamentos no formales, en tanto que los viajeros motivados por negocios y convenciones se centran en la hotelería formal.
 9. Para cierto segmento de la demanda, los factores determinantes en la decisión de utilización de apartamentos como medio de alojamiento para los grupos de viajeros son: el hecho de no existir unas reglas mínimas de convivencia que obliguen a respetar la tranquilidad, la capacidad de carga y el disfrute de los demás visitantes, la posibilidad de cocinar, lavar su ropa, atender a los niños, y recibir visitantes sin limitaciones.
 10. De acuerdo con las mediciones cuantitativas del comportamiento de los viajeros que prefieren a Santa Marta, la actual oferta es insuficiente para atender el volumen de turistas, especialmente en temporada de vacaciones. Esto significa que se debe reconocer, que de no adoptar una estrategia de respuesta, existirá una demanda que utilizará la extrahotelaría. Este segmento requiere ser formalizado para hacer de Santa Marta un destino competitivo con criterios de calidad y sostenibilidad ante la competencia de destinos del Caribe.
 11. Este estudio hace un aporte sustancial a la ciudad, al dotarla de un sistema de georreferenciación, el cual contiene la información relacionada con los inmuebles y apartamentos que hoy se ofrecen al turista. En la actualidad, Santa Marta es el único destino del país que dispone de información georreferenciada de sus inmuebles, incluidos los que se destinan a alojamiento informal.

Este sistema de georeferenciación actuará en dos momentos:

- ✓ Actualmente muestra los apartamentos que conforman la hotelería paralela, sobre los cuales las autoridades orientarán sus acciones persuasivas y legales hacia su formalización.



- ✓ En un segundo momento, permitirá que se convierta en un instrumento de información, promoción y difusión; articulados con los establecimientos de la hotelería convencional. Es importante reiterar que la participación en la plataforma tecnológica sólo será posible para aquellos apartamentos que cumplan con la normatividad en la materia; y se espera que los hoteles convencionales utilicen esta plataforma como un medio adecuado para desarrollar estrategias de mercadeo en línea.
12. En las diferentes reuniones de socialización del estudio, los propietarios y administradores de los inmuebles y apartamentos que hoy ofrecen servicios de alojamiento de manera informal, manifestaron mayoritariamente su interés de alcanzar la formalización, para lo cual están dispuestos a acogerse a los procedimientos de orden legal, administrativo y operativo que les permita ofrecer sus servicios de manera formal. Por lo tanto, toman especial importancia las recomendaciones de este estudio en los capítulos de Buenas Prácticas y NTS para que las autoridades competentes comiencen un trabajo compartido con estos inversionistas y administradores, en razón de su participación en la cadena de valor del destino.

Este estudio analizó experiencias internacionales relacionadas con el tratamiento que se da a la extrahotelería en países de reconocida tradición turística. Estos análisis demuestran que el arrendamiento de habitaciones y apartamentos privados para alojamiento de turistas es una práctica generalizada y los países estudiados pretenden regularizar la prestación de esos servicios mediante normas de registro, fijación de multas proporcionales a la gravedad de las infracciones; inspección por parte de funcionarios, contractualización de la relación, garantizando depósito de garantía en favor del dueño para cubrir eventuales daños; al mismo tiempo que se hace visible y transparente la relación contractual en beneficio del turista para poder tramitar sus quejas y reclamos si hubiere razón para ello.

No se trata pues de excluir de la oferta a un grupo de prestadores de servicios turísticos que responden a un segmento de la demanda: el registro legal y el fomento de la asociación de los diversos actores podría hacer viable la interlocución entre ellos, además del establecimiento de garantías mutuas, son fundamentales para la prestación del servicio.

La asistencia técnica que se preste para mejorar la calidad, debe consultar las características de la infraestructura de estos apartamentos que dista de ser uniforme, como sería en el caso de un establecimiento



construido para fines hoteleros. Por tanto, las recomendaciones de este estudio se apoyan en la experiencia internacional.

13. De igual manera, se plantea la posibilidad de que algunos establecimientos hoteleros operen apartamentos privados para arrendamiento turístico y que cumplan unos estándares básicos de calidad. De hecho, en Colombia se tienen experiencias de cadenas hoteleras que operan segundas viviendas como parte de su oferta habitacional, con resultados satisfactorios para el hotel, para el inversionista y para los usuarios. Este modelo de negocio permite ofrecer un servicio seguro, de calidad; y de otra parte, permite al establecimiento hotelero ampliar su oferta sin altas inversiones y de una manera flexible frente al mercado.

Para el propietario la delegación de la administración le permite asegurar la seguridad, el mantenimiento del inmueble y la prestación de un servicio de calidad (con los estándares hoteleros de amoblamiento, lencería, alimentación etc.); al mismo tiempo que descarga en la empresa hotelera la función de realizar el registro turístico; y adicionalmente puede encargar a los administradores de ocuparse del pago de servicios públicos del inmueble.

Existen diversas modalidades para establecer las utilidades para el propietario: bolsa de todos los arriendos promediada entre los propietarios para evitar el sesgo hacia apartamentos mejor ubicados; o canon mensual fijo establecido de antemano. Pero independientemente del monto de los ingresos causados a favor del propietario, resulta evidente que el particular entregue su propiedad a una cadena prestadora de servicios hoteleros, este acuerdo le permite inscribir su inmueble en el circuito de mercadeo de dicha cadena.

De todas formas el propietario se puede reservar los períodos en los que desee hacer uso del inmueble para él o sus familiares.

14. Este estudio busca motivar a la hotelería convencional; particularmente a la que atiende un perfil medio y que es la más impactada por la oferta de apartamentos informales, a emprender acciones que le permitan fortalecer su valor agregado tal como lo espera su propio sector de demandantes, que desean disponer de una mejor infraestructura de servicios recreativos, aseguramiento de la calidad de sus productos, confort, servicios tecnológicos y seguridad. Asimismo se requiere diseñar estrategias de mercadeo, comercialización, planes tarifarios empaquetados que, por una parte *fidelicen* a su actual demanda y por otro lado, atraigan a un mercado potencial que existe.



15. Finalmente, resulta un hecho destacado que el porcentaje de visitantes extranjeros en El Rodadero sea tan bajo (1.3%) teniendo en cuenta la gran oferta turística que representa el destino Santa Marta, en términos de turismo de sol y playa, etnoturismo, turismo ecológico, turismo de aventura, etc.; razón por la cual se requiere de parte de las autoridades y empresarios del sector la puesta en marcha de una ambiciosa estrategia de promoción que permita llamar la atención de los turistas extranjeros hacia este destino, cuya variedad de atractivos tiene el potencial de satisfacer todas las preferencias.

BIBLIOGRAFÍA

Acta de Junta de Propietarios del Edificio Palanoa del 20 de Marzo de 2010.

Acta de Asamblea de Propietarios de los Edificios Plaza I y Plaza II del 28 de Marzo de 2010.

Acto Legislativo 03 de 1989. Por el cual se creó el Distrito de Santa Marta

Concejo Distrital de Santa Marta. (2009). Acuerdo Distrital N° 002 de Mayo 8 de 2007.

Aguilera Díaz M.; Bernal Mattos C. y Quintero Puentes P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano. Documento de trabajo sobre economía regional, Banco de la República. N° 79. Recuperado el 4 de Marzo de 2010 en <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/documentos/DTSER-79.pdf>

Armendáriz R. (2008), citado por Quiroz J.R. en Creció 15 0% en tres años la hotelería informal en destinos turísticos, *La Jornada, Sección Economía*, (2008,25 de agosto). Recuperado el 10 de febrero del 2010 de: <http://www.jornada.unam.mx/2008/08/25/index.php?section=economia&article=025n1eco>

Arneson, E. (s.d.) en: http://bandb.about.com/cs/aspiring/a/rules_and_regs.htm

Asamblea Departamental del Magdalena. (2008). Plan de Desarrollo del Departamento del Magdalena 2008-2011: El Magdalena Unido, La Gran Transformación.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Asociación Hotelera de Colombia –Cotelco- Capítulo Magdalena, 2010. Análisis integral de la competencia.

Asociación Hotelera de Colombia –Cotelco-, s.f. Operación Hotelera en Colombia 2008.

Asociación Hotelera de Colombia –Cotelco-, s.f.. Operación Hotelera en Colombia 2007.

Asociación Italiana de Casas Vacacionales y Apartamentos de Uso turístico AICAV. En <http://www.anbba.it/>

Báez Ramírez, J.E. (2000). Balance del turismo regional en la década de los noventa y perspectivas: los casos de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional del Caribe. Departamento de Investigaciones.

Bertalanffy, L.V. (1993). Teoría General de los Sistemas Editorial: Fce (Argentina)

Boullón, R.; Molina S. y Rodríguez, M. (1991). Un nuevo tiempo libre. México, Editorial Trillas.

Boullón, R. (2002) Planejamento do espaço turístico. Tradução Josely Vianna Baptista. Bauru-SP: EDUSC,

Castañer, Y. y Escrichs, M. (2009). “Los poderes públicos y la competencia desleal”. Tomado de la presentación en el Seminario de Cotelco-OMT “Competencia desleal en los alojamientos turísticos: viejos y nuevos retos para el sector turístico” realizado en Bogotá en Noviembre de 2009.

Castel, S. (2009). La competencia desleal en el sector turístico desde el mercado y el derecho. Una visión comparada desde el derecho Internacional. VII Seminario Internacional “Competencias desleal en los alojamientos turísticos: viejos y nuevos retos para el sector turístico”. Cotelco – OMT Bogotá, 2009.

Cataluña, España. (2007). Ley 18/2007, de 28 de Diciembre. Ley del derecho a la vivienda.

Cataluña, España. (2002). Ley 13 /2002, de 21 de junio. Ley de Turismo de Cataluña.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Center for Ecotourism and Sustainable Development. (s.f.). Pasos prácticos para mercadear la certificación turística. Recuperado el 13 de Marzo de 2010 de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1028848>

Center for Ecotourism and Sustainable Development. (s.f.). Una Guía Simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo. Recuperado el 13 de Marzo de 2010 de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1028828>

Código de Comercio de Colombia. Artículo 1973. Derogado por la Ley 222 de 1995.

Código de Comercio de Colombia. Título X. De la cuenta en participación. Artículo 507.

Comunidad Europea. (2006). Directiva 2006/123/CE Comunidad Internacional de Servicios Bed and Breakfast <http://www.bed-breakfast-world.com/>

Confindustria 2007. Nota Económica Del Sector: La industria turística en Italia, Roma 2007, en <http://www.confindustria.it>

Congreso de la República de Colombia. (2009). Ley 1314 de Julio de 2009. Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.

Congreso de la República de Colombia. (2009). Ley 1340 de Junio 2009. Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia.

Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1014 de Enero 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1101 de Noviembre 2006. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Congreso de la República de Colombia. (2003). Ley 820 de Julio de 2003. Por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones.

Congreso de la República de Colombia. (2002). Ley 768 de Agosto de 2002. Por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Distritos Portuario e Industrial de Barranquilla, Turístico y Cultural de Cartagena de Indias y Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.

Congreso de la República de Colombia. (1997). Ley 388 de Julio de 1997. Por la cual se modifica la Ley 9ª de 1989, y la Ley 3ª de 1991 y se dictan otras disposiciones.

Congreso de la República de Colombia. (1996). Ley 256 de Enero de 1996. Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.

Congreso de la República de Colombia. (1996). Ley 300 de Julio de 1996. Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones

Congreso de la República de Colombia. (1994). (1994). Ley 152 de Julio de 1994. Por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo.

Consejo Distrital de Santa Marta-Distrito Turístico, Cultural e Histórico. (2009) "Hacia un destino Sostenible" Plan Estratégico de Turismo 2009 – 2011, Santa Marta.

Consejo Distrital de Santa Marta-Distrito Turístico, Cultural e Histórico. (2008) "Prosperidad Colectiva de Ciudad" Plan de Desarrollo Distrital 2008 – 2011. Santa Marta.

Consultur *et al.* (2009). Plan Maestro de Turismo para el Litoral Caribe Colombiano.

Criterios globales de turismo sostenible. (2008). Recuperado el 10 de Marzo de 2010:
http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=249&Itemid=453

Dauphin L. y Le Garrec M.A. & Tardieu F. (2008), Les vacances des Français depuis 40 ans, recuperado el 18 de enero 2010 de:
http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/fratour08c.PDF

Departamento Nacional de Planeación. (2008). Documento CONPES N° 3527. Política Nacional de Competitividad y Productividad. Bogotá.

Departamento Nacional de Planeación. (2007). Documento CONPES N° 3487. Política Nacional para la Transformación Productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: un esfuerzo público-privado. Bogotá.

Departamento Nacional de Planeación. (2005). Documento CONPES N° 3397 Política de Turismo. Bogotá.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



De Saint Raphael, M. (s.f.), Reservations de locations saisonnieres. Recuperado el 4 de Febrero 2010 de: <http://www.saint-raphael.com/OTSR/Default.aspx?tabid=95>,

Diagnostic et expertises. (2009). Défiscalisation: la Location en meublé non professionnelle (LMNP). Recuperado el 10 de Febrero 2010 de: <http://www.diagnostic-expertise.com/defiscalisation/explication-loi.php?law=location-meuble-non-professionnel#>

Díaz, L.E. y Causado, E. (2008). Santa Marta hacia una ciudad sostenible: indicadores de sostenibilidad y desarrollo urbano. Editorial Unimagdalena. AL ISBN: 978-958-8320-39-7.

Electricaribe (2010). Información de consumo de energía de Santa Marta.

El Informador. (2009). Hoteleros preocupados por inseguridad, proliferación de indigentes y trabajadoras sexuales consultado en internet el 10 de marzo de 2101 en <http://www.el-informador.com/resubusqueda.php?id=47817>

Ejarque, J. (2003). Destinos Turísticos de Éxito. Milán. Ed. Pirámide.

Entrevista con el Sr Rubén Darío Sossa del Hotel Irotama. (2009).

Estrella, M. (2009). Los derechos del empresario y usuario turísticos frente a la competencia desleal. VII Seminario Internacional "Competencias desleal en los alojamientos turísticos: viejos y nuevos retos para el sector turístico". Cotelco – OMT Bogotá, 2009.

Esser, K.; Hillebrand, W.; Messner, D. y Meyer-Stamer, J. (1996) Competitividad sistémica: nuevo desafío a las empresas y a la política. Revista de la CEPAL, Santiago N° 59, págs. 39 – 52.

Fernández, V. (2008). Viceministerio de Turismo. Sistema de Indicadores para la Competitividad del Turismo Colombiano. Bogotá.

Fernández Cabrera A. (2009). Citado por Meza Carranza F. en "No tolerara turismo la hotelería informal aunque esta represente derrama económica, *Despertar de la Costa*, (2009,10 de diciembre) encontrado el 22 de febrero del 2010 en: <http://despertardelacosta.com/noticias/2009/12/10/no-se-tolerara-turismo-la-hoteleria-informal-aunque-represente-una-derrama-economica/>

France. (1993). Arrêté du 8 janvier 1993. Recuperado el 10 de Febrero 2010 de : http://www.veilleinfotourisme.fr/0427041/0/fiche___pagelibre/&RH=1224145856



France. (1989). Arrêté du 21 novembre 1989. Recuperado el 23 de Enero 2010 de:

http://www.veilleinfotourisme.fr/0427041/0/fiche___pagelibre/&RH=1224145856

France. (1976). Arrêté du 28 décembre 1976. Recuperado el 19 de Enero 2010 de:

http://www.veilleinfotourisme.fr/04270841/0/fiche___pagelibre/&RH=1224145856871.

France. (1967). Arrêté du 16 mai 1967. Recuperado el 19 de Enero 2010 de:

http://www.veilleinfotourisme.fr/04270841/0/fiche___pagelibre/&RH=1224145856871.

France. (2009). Article 199 septvicies de la loi des finances 2009. Recuperado el 23 de Enero 2010 de:

http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=6718DFDD0A56257A9A4738E9C6753590.tpdjo02v_1?cidTexte=LEGITEXT000006069577&idArticle=LEGIARTI000021645198&dateTexte=

France. (1965). Article 58 de la loi de finances N°65-997 del 29 Novembre 1965. Recuperado el 12 de Febrero de 2010 de:

http://www.veilleinfotourisme.fr/0427041/0/fiche___pagelibre/&RH=122414585687

France. (2010). Code du Tourisme. Artículos L324-1 y L324-2, D324-1 hasta D324-8, R324-9 hasta R324-12, Recuperado el 20 de Enero de 2010 de:

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidtexte=LEGITEXT000006074073&dateTexte=20100217>.

France. (2005). Code général des impôts. Articles 151 septies, 39 C et 31 de l'annexe II. Recuperado el 22 de Enero 2010 de:

<http://www.lexinter.net/CGI/index.htm>.

France. (s.f.). Code de la consommation. Artículos L121-1, L221-1 et L213-1. Recuperado el 15 de Enero 2010 de:

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20100218>.

France. (s.f.). Code de la construction et de l'habitation. Artículos R111-1 y siguiente. Recuperado el 5 de Febrero 2010 de:

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006074096&dateTexte=20100218>.



France. (s.f.). Code de la santé publique. Articles L1311-1, L1311-2, L1332-1 à L1332-9 ; D1332-1 à D1332-19. Recuperado el 17 de Enero 2010 de: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT00000607266>

France. (2009). Décret N° 2009-1650 du 23 décembre 2009. Portant application de la loi N° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques. Recuperado el 22 de Enero 2010 de: http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=D0DCFD9FE771ED66A4C5D2D2513C8E33.tpdjo09v_2?cidTexte=JORFTEXT000021529652&categorieLien=id.

France. (2000). Décret N° 2000-164 du 23 février 2000. Relatif à la sécurité de certains articles de literie. Recuperado el 26 de Enero 2010 de: <http://admi.net/jo/20000229/ECOC0000020D.html>

France. (1995). Décret N° 95-949 du 25 août 1995. Relatif à la prévention des risques résultant de l'usage des lits superposés destinés à être utilisés dans les lieux domestiques ou en collectivités. Recuperado el 25 de Enero 2010 de: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000005619307&dateTexte=20100218>

France. (1992). Décret N° 92-1280 du 10 décembre 1992. Edictant les prescriptions de sécurité relatives aux poêles mobiles à pétrole lampant désaromatisé ou non, recuperado el 26 de Enero 2010 de: <http://admi.net/jo/19921211/ECOC9200128D.html>

France. (1991). Décret N° 91-1292 du 20 décembre 1991. Relatif à la prévention des risques résultant de l'usage des articles de puériculture. Recuperado el 26 de Enero 2010 de: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000701248&dateTexte>.

France. (1987). Décret N° 87-149 du 6 mars 1987. Fixant les conditions minimales de confort et d'habitabilité auxquelles doivent répondre les locaux mis en location. Recuperado el 28 de Enero 2010 de: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006065842&dateTexte=20100218>.

France. (1989). Loi N° 89-462 du 6 juillet 1989. Tendrant à améliorer les rapports locatifs et portant modification de la loi N° 86-1290 du 23 décembre 1986. Recuperado el 23 de Enero 2010 de: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006069108&dateTexte=20100223>



France. (1984). Règlement sanitaire départemental (Titres I et II). Recuperado el 6 de Febrero 2010 de: http://ile-de-france.sante.gouv.fr/img/pdf/RSD_1979_modifie_1984-4.pdf

Gallego, I. y Moniche, A. (2005). Sistema de Indicadores Territoriales para un destino turístico. Taller I: Presentación sobre Andalucía realizada en la Conferencia de la OMT. La Cuenta Satélite de Turismo (CST): Comprender el turismo y diseñar estrategias, Iguazú, Argentina, Brasil y Paraguay. Recuperado de http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/pdf/iguazu_2006.pdf.

Garay, L. J. (2004). Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Cap. 14. Biblioteca Virtual del Banco de la República. Bogotá.

González González M. (2007). Citado por Granados Ramírez O. en: Piden orden en establecimientos de hospedaje informal en *VallartaVive.com*. Recuperado el 25 de Febrero 2010 de: <http://www.vallartavive.com/imprimir.asp?id=1278>

Guía para pequeños negocios ByB <http://www.startups.co.uk/6678842907603697139/bed-and-breakfast.html?page=2>

ICONTEC. Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible para destinos. NTS TS 001-1. (2006). Bogotá.

Infoconsultoría. (2010). Impacto de la medición de marca: principales cadenas hoteleras. Publicado en <http://www.infoconsultoria.com>.

INSEE. (2008). l'offre d' hebergement touristique. Recuperado el 26 de enero 2010 de http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/fratour08h.PDF

Interaseo. (2010). Información de rutas de aseo y tonelaje de aseo.

Jiménez, F. (1986). Teoría Turística. Universidad Externado de Colombia.

L1332-9; D1332-1 à D1332-19. Recuperado el 17 de enero 2010 de: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT00000607266>

Lazio, Italia. Ley Regional 13 sobre "Organización del turismo de Lazio" y la Ley Regional 16 de Octubre de 2008. Recuperadas de: http://www.anbba.it/corpo.php?link=file/legge_lazio.html

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Le Garrec M.A. ,(2008),Le tourisme : un secteur économique porteur, recuperado el 28 de enero 2010 de: http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/fratour08b.PDF

Lipman, G. (s.f.). Secretario Adjunto de la OMT citado por Meyer, D. en Turismo y desarrollo sostenible, Universidad Externado de Colombia, 2002

Lombardía, Italia. Ley Regional 15 del 16 de Julio de 2007. Recuperada de: <http://www.anbba.it/corpo.php?link=file/leggi.html>

Lorduy, M.C. (2009). La informalidad empresarial y la competencia desleal en el sector hotelero. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Seminario OMT-Cotelco. Bogotá, Noviembre de 2009.

Magno Cerqueira, C. (2009). “Cama e café”. Seminario de Cotelco-OMT “Competencia desleal en los alojamientos turísticos: viejos y nuevos retos para el sector turístico” realizado en Bogotá en Noviembre de 2009.

Medlik, S. y Middleton, V.T.C. (1973). Product formulation in tourism". Tourism and Marketing, Vol. 13. Berna, Suiza.

Metroagua. (2010). Total consumo Zona El Rodadero.

Meyer – Stamer, J. (1990). From Import Substitution to International Competitiveness - Brazil's Informatics Industry at the Crossroads. Berlin, Alemania.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Decreto N° 2590 de Julio 9 de 2009. Por el cual se reglamentan las Leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). Política de Calidad y Sostenibilidad. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Decreto N° 503 de 2002.

Ministerio de Relaciones Exteriores. Decreto N° 4000 del Noviembre 2004. Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de migración.

Nouvel Observateur Immobilier. (2009). Le statut de loueur en meuble professionnel. Recuperado el 15 de Febrero 2010 de: http://immobilier.nouvelobs.com/investir/20090303.CHA1686/le_statut_de_loueur_en_meuble_professionnel_version_2009.html

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Organización Mundial del Turismo. (2009). Barometro del turismo mundial. Vol. 7 N° 3. Recuperado el 10 de Marzo 2010 de: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_3_sp.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2009). Panorama du tourisme mondial. Edition 2009. Recuperado el 2 de Febrero 2010 de: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_3_sp.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2005). Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Turísticos. Guía Práctica, Madrid.

Organización Mundial del Turismo. (2003). Mejora de la Competitividad, la calidad del turismo: un marco conceptual. Recuperado el 14 de Marzo 2010 de: http://www.unwto.org/quality/std/sp/std_01.php?Op=1&subop=1

Organización Mundial del Turismo. (1998). Introducción al Turismo. (1ª Ed.) Dirección Sancho, Amparo. Madrid: Egraf

Observatorio del Caribe Colombiano. (1999). Santa Marta o la habilidad para sobrevivir. Relatoría del taller: ¿Cómo es Santa Marta al final del siglo XX?

Pareja, X. (2008). Dictamen que subscribe el letrado del II lustro Col. legi de Barcelona, Col.legiat 17.101 y de Baleares, Col.legiat 3.786, en relación a una consulta de derecho efectuada por la Subdirección General de Ordenación Turística del Departamento de Comercio, Turismo, Innovación y Empresa de la Generalitat de Catalunya relativa al Impuesto de Bienes Inmuebles.

Presidencia de la República de Colombia. (2009). Decreto N° 3806 de septiembre de 2009. Por el cual se expiden disposiciones sobre la promoción del desarrollo de las Mipymes y de la industria nacional en la contratación pública.

Recaudos y Tributos de SantaMarta. (s.f.). Predial Rodadero.

Registro Nacional de Turismo. (s.f.). Mercados 2009.

Registro Nacional de Turismo. (s.f.). Mercados 2008.

Registro Nacional de Turismo. (s.f.). Mercados 2007.

República de Colombia. Constitución Política de Colombia. (1991).

Rueda García, O. (2009). Acciones gubernamentales para la legalización y control a los alojamientos ilegales en Colombia. VII Seminario Internacional

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



“Competencias desleal en los alojamientos turísticos: Viejos y nuevos retos para el sector turístico”.

Sancho, A. (1998). Introducción al turismo. Documento de Trabajo. Organización Mundial del Turismo.

Secretaría de Hacienda de Santa Marta. (2010). Respuesta a solicitud 00005051: de Abril 14, solicitud de información sobre Impuesto Predial e Industria y Comercio del Sector Hotelero de Santa Marta.

SECTUR. (2009). Ley General de Turismo del 2009. Marco Jurídico y Normativo. Recuperado el 10 de Febrero 2010 de: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_4_marco_juridico_y_nor

SECTUR. (2002). Norma Oficial Mexicana. NOM-07-TUR-2002. De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios. Recuperado el 10 de Febrero 2010 de: http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/9944/6/NO_M07TUR.pdf

SECTUR. (1994). Reglamento de la Ley Federal del Turismo del 1994 modificada en 1999. Marco Jurídico y Normativo. Recuperado el 10 de Febrero 2010 de: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_4_marco_juridico_y_nor

SECTUR. (s.f.). Descentralización de la función de verificación y vigilancia de la operación de los servicios turísticos. Mejora Regulatoria. Recuperado el 15 de febrero 2010 de: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_8415_verificacion_de_serv

SECTUR. (s.f.). Mejora Regulatoria. Recuperado el 22 de Febrero de: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Mejora_Regulatoria

SECTUR. (s.f.). Requisitos para tramitar la inscripción ante el Registro Nacional de Turismo de Establecimientos de Hospedaje en SECTUR. Mejora Regulatoria. Recuperado el 15 de Febrero 2010 de: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_2040_establecimientos_de_

Selectyz, M. (s.f.). Les avantages du statut de Imp. Recuperado el 26 de Enero 2010 de: <http://www.selectys.com/loi-lmp.php>

Servicio de Administración Tributaria SAT. (2008). Arrendamiento de bienes inmuebles. Recuperado el 25 de Febrero de: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/princ_fisc_p/131_8209.html

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Servicio de Administración Tributaria SAT. (2008). Reporte anual 2008 y retos para 2009. Recuperado el 20 de Febrero 2010 de: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informe_tributario/informe2009t1/reporte2008.pdf

Servicio de Administración Tributaria SAT. (2007). Impuesto al Valor Agregado (IVA) en información para principiantes, arrendamiento. Recuperado el 22 de Febrero 2010 de: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/principiantes/act_arrendamiento/12_861.html

Servicio de Administración Tributaria SAT. (2003). Preguntas y respuestas personas físicas arrendamiento de inmuebles, punto 8. Recuperado el 22 de Febrero 2010 de: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informacion_fiscal/declaracion_anual_2002/8_58.html#p8

Service Public. Fr. (2010). Locations saisonnières et meublés de tourisme. Recuperado el 30 de Enero 2010 de: <http://vosdroits.service-public.fr/F2043.xhtml>

Sessa, A. (2004). Producción Turística y Productos Turístico: estado de la cuestión, métodos y tendencias en "Contribuciones a la Economía", Ponencia presentada al Congreso de la AIEST.

Silke, S. (2003). Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (Ilpes). Series Manuales N° 25. Santiago de Chile. Págs. 84-85.

Torres, R.E. (2007). Problemática de Amueblados (Hospedaje Informal) en Acta primera sesión ordinaria 2007, Pág.4. Comisión Ejecutiva de Turismo. Recuperado el 20 de Febrero 2010 de: http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/11899/36/Acta_Primer_sesion_2007.pdf

Toscana, Italia. Ley Marco sobre el turismo en la Toscana de 2005. Recuperada de: <http://www.anbba.it/corpo.php?link=file/leggi/legge%20toscana.htm>

Tourisme: Pas tous touchés par la crise...!. Recuperado el 15 de Febrero en : <http://www.mediavacances.com/FR/Pdf/EtudeIPSOS-MediaVacances.pdf>

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Trentino, Italia. Ley Provincial 15 de Mayo del 2002. Recuperada de: http://www.anbba.it/corpo.php?link=file/legge_trentino09.html

Unión Mundial para la Naturaleza UICN. (1980). Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) “Estrategia Mundial para la Conservación”.

Urrutia, A. (1994). Principios elementales de turismo. Vol. I.

Veille Info Tourisme. (s.f.). Immobiliers de loisirs. Recuperado el 22 de enero 2010 de: http://www.veilleinfotourisme.fr/44749680/0/fiche__

Visiting México. (2007). SECTUR y SAT: Contra la hotelería informal en México. Recuperado el 25 de Febrero 2010 de: <http://www.visitingmexico.com.mx/blog/sectur-y-sat-contra-la-hoteleria-informal-en-mexico.htm>.

<http://www.camaecafe.com.br>

<http://www.colciencias.gov.co/>

http://www.colombia.com/turismo/sitio/rodadero_santa_marta/index.asp

<http://www.cotelco.org.omt2009.memorias/.oscarrueda.ppp>

<http://www.dnp.gov.co/>

<http://espanol.doingbusiness.org/Features/Feature-2008-22.aspx>

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/economia/industriatina/indice.htm>

<http://mediavacances.com>

<http://www.mincomercio.gov.co>

<http://www.saint-raphael.com.fr>

<http://www.santamarta-magdalena.gov.co.apc-aa-files.gaceta>

<http://www.secretariasenado.gov.co>

<http://www.visitingmexico.com.mx/blog/sectur-y-sat-contra-la-hoteleria-informal-en-mexico.htm>



<http://www.worldtourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>



ANEXOS

Anexo 1. Lineamientos para la formulación de una NTS para el aseguramiento de la calidad

A.1 Procedimiento para la formulación de una NTS

El Plan Sectorial de Turismo 2007-2010, contempla dentro de sus estrategias el mejoramiento y consolidación de la competitividad, incluyendo la calidad de los destinos y productos turísticos. El objetivo de los procesos de calidad en materia turística consiste en crear la cultura de la excelencia en la prestación de los servicios turísticos y en los destinos lo cual redundará en el reconocimiento y fortalecimiento de del sector. La política de calidad busca “Mejorar la prestación de los servicios turísticos ofrecidos a los turistas, fortaleciendo la gestión de calidad en las empresas y destinos turísticos, como estrategia para generar una cultura de excelencia; que permita posicionar a Colombia como un destino de calidad, diferenciado, sostenible y competitivo en los mercados turísticos nacionales e internacionales”.¹⁶

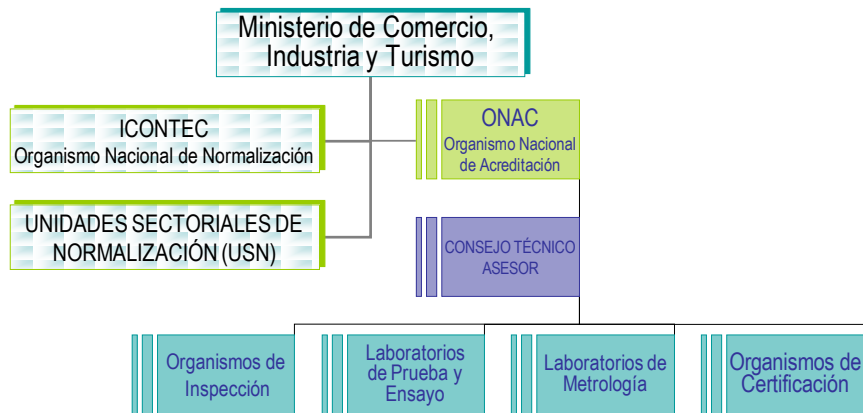
En tal sentido el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo define el Subsistema Nacional de Calidad con el fin de promover la normalización del sector a través del ICONTEC, Organismo Nacional de Normalización como la entidad reconocida por el Gobierno Nacional y cuya función es la adopción y publicación de las NTC y las NTS.

También hacen parte del sistema las Unidades Sectoriales de Normalización, reconocidas por el MCIT y el ICONTEC, cuya función es la preparación de las Normas Técnicas Sectoriales (NTS) dentro de lineamientos internacionales establecidos, definidas como un documento de aplicación voluntaria, elaborado por consenso, aprobado y publicado por el organismo reconocido que establece especificaciones y procedimientos para asegurar un servicio es adecuado.

¹⁶ Documento CONPES 3397 de 2005

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo

Las Unidades Sectoriales de Normalización están constituidas por Cotelco, Acodres, Consejo Profesional de Agencias de viajes, Consejo Profesional de Guías de Turismo, cada uno orientado a liderar la formulación y difusión de las NTS que le son propias según su misión gremial; en forma adicional la Universidad Externado de Colombia lidera la Unidad Sectorial de turismo sostenible.

El estudio pre normativo lo adelanta la respectiva Unidad Sectorial de Normalización, para continuar en la instancia del Comité Técnico que está integrado, entre otros, por representantes de los gremios y prestadores de servicios turísticos, de la academia, delegados del Gobierno Nacional, de organizaciones relacionadas con el sector, usuarios y expertos, de tal manera que se garantice la representación de todos los intereses en el proceso de normalización. El Comité avanza en el documento que será construido en forma participativa y colectiva. Este proyecto de NTS es sometido a consulta pública para enriquecer su contenido con los aportes de los interesados y definir así la versión que pasará al Consejo Directivo de la USN para su ratificación. En esta forma se cuenta con la NTS que será publicada y estará disponible para su aplicación.

Las empresas o destinos turísticos, deciden sobre la implementación de la norma, para lo cual avanzan en la evaluación de su estado actual, la revisión de los criterios de la NTS, la adopción de acciones correctivas y su presentación ante la certificadora para surtir el proceso de auditoría.

Es importante destacar que la norma, si bien es cierto soporta la certificación y obtención del certificado de calidad, también sirve de documento guía para adoptar los criterios de calidad y sostenibilidad y avanzar en los procesos de mejoramiento continuo.



Así las cosas, se considera pertinente crear una guía de buenas prácticas y una NTS para la prestación del servicio de alojamiento en viviendas turísticas. El análisis parte de las siguientes consideraciones:

1. El carácter de prestador de servicios de alojamiento turístico en el caso de la categoría de viviendas turísticas se adquiere por:
 - La entrega de la tenencia de un bien inmuebles para uso y goce a título oneroso por un lapso inferior a 30 días calendario.(Decreto 2590 de 2009)
 - La operación, administración o intermediación del servicio de alojamiento en viviendas turísticas; o quienes destinen su vivienda ocasionalmente a éste servicio. (Decreto 3772 de 2009)
2. Desde el punto de vista del carácter de los apartamentos turísticos, la norma se aplica al alojamiento y permanencia de manera ocasional a una o más personas según su capacidad, y puede contar con servicio de limpieza y como mínimo con los siguientes recintos: dormitorio , sala comedor, cocina , y baño (Definición en la NTSH 006 y 009 y decreto 2590 de 2009)”, sin embargo, la noción de apartamento turístico trasciende a la utilizada para un aparta hotel como una unidad de operación y explotación , al incluir aquellos sometidos al régimen de propiedad horizontal (Decreto 4933 de 2009) donde se puede considerar el inmueble en todo o en parte destinado a la prestación de servicios de vivienda turística.
3. Las NTSH 006, 009 y 010 hacen referencia en términos generales a:
 - Requisitos de planta y dotación en áreas comunes y habitaciones
 - Requisitos de servicio.

Los puntos anteriores indican una clara diferencia con otro tipo de categorías de alojamiento y en consecuencia con las NTSH mencionadas, razón por la cual es pertinente es importante considerar la elaboración de una Guía Técnica de Buenas Prácticas y una NTS que proporcione recomendaciones y pautas que permita a los prestadores de servicios turísticos de alojamiento en viviendas turísticas la prestación del servicio bajo criterios de calidad y sostenibilidad, teniendo en cuenta como mínimo aspectos de:

- Operación de la vivienda turística.
- Administración.
- Intermediación.



- Uso exclusivo o compartido de un inmueble para vivienda turística.
- Requisitos de planta de la vivienda y su dotación
- Requisitos de servicios básicos y complementarios.

Las NTS sobre alojamiento y hospedaje, aportan elementos importantes para la formulación de la Guía y la propuesta de la Norma, que deberán ser construidas a partir de las conclusiones que se obtengan del modelo y sometidas a un proceso de consenso y validación, según los procedimientos establecidos para tal fin.

Finalmente, es importante destacar que propender por la calidad y sostenibilidad de la oferta de alojamiento en la categoría de viviendas turísticas a través de NTS y GT, permitirá:

1. Cambios en la operación de la actividad.
2. Incorporación a las líneas estratégicas de desarrollo sectorial.
3. Ser eslabón activo de la cadena de valor del destino.
4. Contribución a la imagen y posicionamiento del destino.
5. Atendiendo que la propuesta de los instrumentos parte de la información suministrada por propietarios y administradores de una parte y de otra de usuarios, la apropiación de los contenidos será más ágil y aplicable.
6. Consolidación de alianzas estratégicas entre prestadores de alojamiento turístico y otros eslabones de la cadena.
7. La sostenibilidad del destino.
8. Tránsito de tecnología e información para la adopción de requisitos de calidad y sostenibilidad.
9. Conformación de grupos de gestión de calidad y sostenibilidad.

Anexo 2. Propuesta de Buenas Prácticas para la prestación del Servicio

Guía Técnica de Buenas Prácticas para la Calidad

La Guía se proyecta para los alojamientos turísticos en la modalidad viviendas turísticas de modo que cada alojamiento pueda decidir las medidas a implantar, según sus necesidades o circunstancias.

Los aspectos a incluir en la guía obedecen a la siguiente clasificación:

- Comercialización, ventas y reservas.
- Servicios de atención al usuario durante su permanencia.
- Mantenimiento de planta física, mobiliario y equipos.



COMERCIALIZACIÓN, VENTAS Y RESERVAS

- Contar con un protocolo de oferta de servicios donde conste por lo menos:
 - ✓ Ubicación del apartamento y tamaño del edificio donde se localiza(expresado en número de apartamentos)
 - ✓ Tamaño del apartamento y capacidad: número de habitaciones y camas.
 - ✓ Servicios con que cuenta el edificio y puedan ser usados por el huésped.
 - ✓ Dotación del apartamento y su estado general.
 - ✓ Fotografías.
- Tener plenamente identificadas las personas que comercializan la vivienda turística (nombre, domicilio, o empresa en caso de representar a una agencia de viajes u oficina de representación turística y asegurarse de que conocen las tarifas y condiciones del alojamiento.
- Hacer parte de redes de promoción y comercialización organizadas.
- Dirigir la oferta de las viviendas turísticas a agencias de viajes para que hagan parte de la oferta de planes al destino, para lo cual los administradores deben:
 - ✓ Entrar en contacto con agencias de viajes con RNT que operen el destino.
 - ✓ Enviar oferta comercial donde conste por lo menos: capacidad, tipo de dotación, servicios, precios, condiciones comerciales (tarifa al público, comisiones plazos, otras)
 - ✓ El administrador deberá contar la hoja de control reservas – *planning*- y de ocupación – *rack*- para evitar sobre venta.



(use letra molde, por favor)

HOJA DE REGISTRO DE HUÉSPEDES

Nombre del edificio, conjunto residencial o inmueble :

Dirección:

Nombre del propietario del inmueble:

Valor de la tarifa diaria del servicio de hospedaje:

Apartamento o Casa número _____ Capacidad máxima: _____
 No. de habitaciones: _____ Sofá Camas _____
 No. de camas _____
 Fecha de Entrada: D. _____ M: _____ A: _____

Identificación del Huésped

Nombres:

Apellido _____

Nacionalidad: _____ No. de _____ de

Cédula: _____

No. de Pasaporte: _____

Lugar de Residencia: _____ Lugar de procedencia _____ de

Lugar de Destino _____ de

Inmediato: _____

Dirección y teléfono del lugar de residencia _____

Fecha de Salida: D. _____ M _____ A: _____

Forma de pago

En caso de emergencia indiquenos:

Nombre de amigo o pariente que no viaje con usted: _____

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



- Todas los apartamentos son de no fumadores.
- El consumo de estupefacientes y alucinógenos dentro del edificio serán reportados a las autoridades competentes.
- El huésped será responsable del comportamiento de sus visitantes.
- Solicite información en la recepción sobre servicios turísticos en la ciudad. Los recepcionistas están en capacidad de ayudarle a solicitar un taxi, domicilios, asistencia médica u otras emergencias.
- Se solicita no perturbar la tranquilidad de los habitantes del edificio gritos, música con alto volumen y otros comportamientos que alteren la tranquila convivencia del edificio.
- Por favor apague las luces y cierre los grifos del agua que no esté utilizando. Con buen uso que hagamos de nuestros recursos estaremos contribuyendo a la sostenibilidad del destino.
- Se solicita especial precaución para dejar apagados los quemadores de la cocina (en "OFF").
- Por favor asegúrese que queden bien cerradas las puertas exteriores del apartamento con el fin de evitar pérdidas. La administración no se hace responsable por la pérdida de dineros u objetos de valor de cualquier índole.
- Las áreas comunes son para su uso. Los niños deben de estar acompañados de sus padres, la administración no se hace responsable por accidentes que puedan suceder.

(firma como aparece en su documento de identificación)

(firma(s) de su(s) acompañante(s))

Recepcionista: Por favor recuerde revisar firma e identificación de huéspedes.



SERVICIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO DURANTE SU PERMANENCIA

RECEPCIÓN

- De ser posible estipular las funciones de los recepcionistas del edificio respecto a los servicios y procesos de la vivienda turística.
- Registrar a los extranjeros según la normatividad legal vigente.
- Propiciar la asistencia de los recepcionistas de edificios y conjuntos que ofrezcan viviendas turísticas a cursos de capacitación sobre turismo y recepción hotelera.
- Establecer los procedimientos de *check in* y *check out* y capacitar al recepcionista o administrador del edificio sobre éstos.
- Diseñar un formato de novedades, para ser diligenciados por el recepcionista, donde conste por lo menos: Tipo de novedad (relacionada con reserva, cliente o apartamento), día, nombre del contacto, solución propuesta y estado en el que se encuentra la novedad.
- Elaborar un informe de actividades al final de la permanencia del huésped donde conste por lo menos:
 - ✓ Día y hora de la elaboración del informe.
 - ✓ Nombre de quien lo elabora
 - ✓ Apartamentos ocupados con su identificación (números, letras sobre u otros)
 - ✓ Huéspedes que se retiran del establecimiento.
 - ✓ Mención a las novedades registradas en la planilla correspondiente.
- El apartamento se entrega mediante inventario y en la misma forma se recibe, se recomienda contar con un check list.

INFORMACIÓN

- Se recomienda dejar en cada apartamento folletos informativos sobre los atractivos turísticos de la ciudad y posibles actividades, así como del área protegida de la zona y las condiciones para su visita. La Unidad de Parques Nacionales Naturales lo puede apoyar con ésta información.
- Igualmente, cada apartamento debe contar con instrucciones generales en caso de incendio, temblor de tierra o inundación y rutas de evacuación conforme al plan de emergencias del edificio.
- Cada apartamento debe contar con un directorio de servicios de la ciudad.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Es deseable que se establezcan alianzas estratégicas con otros prestadores de servicios, especialmente para el servicio a domicilio de alimentos y bebidas, servicio de lavandería.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



	<ul style="list-style-type: none"> • Cada vivienda turística debe contar con un manual de uso de sus equipos y electrodomésticos con el fin de ser usados según instrucciones.
MANTENIMIENTO DE PLANTA FÍSICA, MOBILIARIO Y EQUIPOS	<ul style="list-style-type: none"> • El administrador debe ocuparse de mantener las áreas comunes del edificio en perfecto orden y aseo. En caso de que el edificio sea de uso combinado con viviendas turísticas y unidades de habitación permanente, el administrador de las viviendas turísticas deberá actuar en forma coordinada con el administrador del edificio para cumplir con este objetivo. • El administrador u operador debe presentar informe al propietario sobre las necesidades de mantenimiento y reposición de activos de operación.
CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • En la vivienda turística se debe colocar un instructivo para la separación de residuos sólidos y los respectivos recipientes para depositarlos. • En los baños y cocina coloque rótulos que inviten al usuario a cerrar las llaves del agua cuando no se esté utilizando. • Considere en las viviendas turísticas el uso de dispositivos ahorradores de agua en cisternas, duchas, lavamanos y lavaplatos. • Las fugas de agua se deben reportar y reparar en forma inmediata. • Verifique el estado de las instalaciones eléctricas, contribuye al ahorro de energía y reduce riesgos. • Prefiera los colores claros en la pintura del apartamento, aporta más luz y da la sensación de fresca. (paredes y cielo rasos) • Coloque rótulos que inviten al usuario a apagar las luces y electrodomésticos cuando no se estén utilizando. • Mantenga un programa periódico de revisión de los electrodomésticos, en esta forma se ahorra energía, se vela por su vida útil y se evitan riesgos. • Prefiera en su dotación de cocina los recipientes ahorradores de energía por ejemplo ollas con disipadores de calor.

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



Anexo 3. Del Capítulo 5. Tarifas ofertadas en la hotelería no formal. (Precios a Junio de 2010)

	TARIFA/ día	CAPACIDAD	SERVICIOS	TARIFA PERSONA*
1.	Desde: \$60.000	Máximo 2 adultos y 2 niños		\$30.000
2.	Desde \$130.000	Máx. 5 personas		\$26.000
3.	Desde \$120.000	Máx. 6 personas	Piscinas y zonas comunes de recreo.	\$20.000
4.	Desde \$90.000	Máx. 2 personas		\$45.000
5.	\$70.000	2 habitaciones		\$18.000
6.	\$200.000	2 habitaciones		\$50.000
7.	8. \$150.000	3 habitaciones, 8 personas.	Portería y parqueadero vigilado, aire acondicionado,.	\$19.000
9.	\$120.000 por noche baja temporada. \$330.000 - \$\$360.000 alta temporada	2 habitaciones, 6 personas	Piscina, gimnasio, y supermercados nevera, microondas,	\$20.000
10.	\$ 330.000 Pesos (169.40 dólares)	10 a 15 personas	TV cable, cocina con todos los utensilios,	\$33.000
11.	\$ 330.000 Pesos 169 US	2 habitaciones , 10 a 15 personas		\$33.000
12.	\$ 330.000 Pesos (169 US)	4 habitaciones, 8 personas		\$42.000
13.	\$ 330.000 Pesos 169 US Hasta 8 pax	2 habitaciones , 8 personas	sala comedor, cocina con barra americana, TV con cable, aire acondicionado equipo de sonido, balcón	\$42.000
14.	\$418.000 (\$214.58 dólares)	2 habitaciones , 7 personas	2 estacionamientos, ,TV en la Alcoba principal, y en la sala con canales locales, DVD, reproductor de música, lavadora, acceso directo a la playa, y seguridad las 24 horas.	\$60.000
15.	Desde \$200.000	2 habitaciones 12 personas	El edificio está dotado de piscina y baño turco. aire acondicionado central	\$12.000
16.	Desde \$120.000	7 personas	Terraza	\$17.000
17.	Desde \$130.000	8 personas, 2 habitaciones.	Aire acondicionado piscina.	\$17.000

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



16	Desde \$130.000	6 personas.		\$22.000
19	Desde \$130.000	7 personas,	Aire acondicionado en las habitaciones, minibar,	\$18.000
20	Desde \$280.000	10 personas,	Aire acondicionado en sus habitaciones.	\$28.000
21	Desde \$200.000	11 personas		\$18.000
22	Desde \$150.000	4 personas	Jacuzzi en el conjunto y aire acondicionado en las habitaciones Conjunto de apartaestudios	\$37.500
23	Desde \$200.000	6 personas	Aire acondicionado en las habitaciones, tienen jacuzzi y solárium	\$33.000
24	Desde \$200.000	8 personas,	Aire acondicionado y totalmente equipado	\$33.000
24	Desde \$200.000	8 personas	Aire acondicionado, habitaciones	\$33.000
26	Desde \$350.000	12 personas	Aire acondicionado en las habitaciones	\$30.000
27	Desde \$110.000	6 personas	Aire acondicionado en las habitaciones, piscina en la terraza	\$18.000
28	Desde \$120.000	6 personas.	Terraza con vista a la bahía.	\$20.000
29	Desde \$80.000	7 personas		\$12.000
30	Desde \$100.000	6 personas,		\$17.000
31	Desde \$240.000	8 personas, 4 alcobas,	Totalmente amoblado y aire acondicionado	\$30.000
32	Desde \$110.000	2 habitaciones, 6 personas.	Aire acondicionado	\$18.000
33	Desde \$400.000	20 personas	Piscina en la terraza	\$20.000
34	Desde \$200.000	10 personas, tres alcobas	Sala comedor y cocina totalmente equipada	\$20.000
34	Desde \$180.000	3 habitaciones, 10 a 12 personas		\$18.000
36	Desde \$180.000	3 habitaciones, 10 a 12 personas		\$18.000
37	\$150.000	Máximo 6 personas		\$25.000
38	\$120.000 Persona adicional \$15.000	3 habitaciones, 10 personas.	Recepción, Vigilancia, Ascensor, Parqueadero, Piscina, Mini Gimnasio, Cancha de Tenis, Juegos Infantiles	\$12.000
39	\$120.000 Persona	1 Habitación,	Recepción, Vigilancia,	\$60.000

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



	adicional \$15.000	2 personas	Ascensor, Parqueadero, Piscina, Mini Gimnasio, Cancha de Tenis, Juegos Infantiles	
40	\$120.00 Persona adicional \$15.000	1 Habitación, 2 personas	Recepción, Vigilancia, Ascensor, Parqueadero, Piscina, Mini Gimnasio, Cancha de Tenis, Juegos Infantiles	\$60.000
4	\$200.000 (6 personas) adicional \$15.000	2 habitaciones, 8 personas.		\$33.000
42	\$180.000 adicional \$15.000	7 personas, 3 habitaciones		\$25.000
43	\$ 150.000	2 habitaciones , 6 personas,		\$25.000
44	\$150.000 adicional \$15.000	7 personas, 2 habitaciones		\$22.000
45	\$150.000	2 Habitaciones, 7 personas.	Aire Acondicionado, vigilancia, Ascensor y Parqueadero	\$22.000
46	\$130.000	3 personas	Aparta-estudio, Piscina, Ascensor, Parqueadero	\$44.000
47	\$245.000	3 Habitaciones 9 personas.	Aire Acondicionado, Cocina, Televisión Plasma Satelital.	\$27.000
48	\$100.000	2 habitaciones, 8 personas.		\$12.500
49	\$100.000	2 habitaciones, 6 personas,	TV cable, parqueadero, piscina. Aire acondicionado	\$16.000
50	\$100.000	2 habitaciones, 7 personas	TV cable, parqueadero, piscina. Aire acondicionado	\$14.000
51	\$100.000	3 habitaciones, 6 personas.	TV cable, parqueadero, piscina. Aire acondicionado	\$16.000
52	\$80.000	2 habitaciones, 6 personas	Sin aire, piscina parqueadero.	\$13.000
53	\$110.000	2 habitaciones, 5 personas,	TV cable, parqueadero, piscina. Aire acondicionado	\$22.000
54	\$100.000	2 habitaciones, 6 personas	TV cable, parqueadero, piscina. Aire acondicionado	\$16.000
55	\$100.000	2 habitaciones, 7 personas,	TV cable, parqueadero, piscina. Aire acondicionado, piscina.	\$14.000
56	\$100.000	3 habitaciones, 6 personas.	TV cable, parqueadero. Aire acondicionado	\$16.000
57	\$80.000	2 habitaciones, 6 personas.	Piscina, parqueadero. Sin aire acondicionado	\$13.000
58	\$110.000	2 habitaciones, 5 personas.	TV cable, Piscina parqueadero. Sin aire acondicionado	\$22.000
59	\$100.000	3 habitaciones, 6 personas.	TV cable, parqueadero. Aire acondicionado	\$16.000

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



60	\$80.000	2 habitaciones, 6 personas	Piscina, parqueadero. Sin aire acondicionado	\$13.000
61	\$110.000	2 habitaciones, 5 personas.	TV cable, parqueadero. Piscina	\$22.000
62	\$100.000	2 habitaciones, 7 personas.	TV cable, Piscina, parqueadero. Aire acondicionado	\$14.000
63	\$100.000	2 habitaciones, 8 personas.	TV cable, piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$12.500
64	\$90.000	2 habitaciones, 6 – 8 personas.		\$15.000
65	\$300.000	12 -15 personas.		\$20.000
66	\$120.000	2 habitaciones, 6 personas	Piscina, Parqueadero. Aire acondicionado	\$20.000
67	\$120.000	2 habitaciones		\$30.000
68	\$120.000	2 habitaciones	Piscina, Aire acondicionado	\$30.000
69	\$100.000	2 habitaciones	Piscina, parqueadero. Aire acondicionado	\$25.000
70	\$100.000	2 habitaciones	Piscina, vigilancia. Aire acondicionado	\$25.000
71	\$100.000	13 personas		\$8.000
72	\$750.000	2 habitaciones, 6 personas		\$125.000
73	\$95.000	2 habitaciones, 8 personas	Piscina, parqueadero. Aire acondicionado	\$12.000
74	\$40.000	5 personas		\$8.000
75	\$80.000	2 habitaciones, 6 personas		\$13.000
76	\$110.000	3 habitaciones		\$18.000
77	\$70.000	2 habitaciones, 6 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$12.000
78	\$120.000	3 habitaciones, 8 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$15.000
79	\$300.000	2 habitaciones, 5 personas		\$60.000
80	\$90.000	10 personas		\$9.000
81	\$200.000	3 habitaciones, 7 personas		\$28.500
82	\$160.000	2 habitaciones	Aire central, servicio de tv cable , piscina y sauna	\$40.000
83	\$180.000	3 habitaciones		\$30.000
84	\$150.000	3 habitaciones, 12 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$12.500
85	\$65.000	5 personas		\$13.000
86	\$120.000	2 habitaciones, 5 -6 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$24.000
87	\$120.000	2 habitaciones, 5 -6 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$24.000
88	\$120.000	8 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$15.000
89	\$70.000	1 habitación, 2 personas		\$35.000
90	\$460.000	2 habitaciones, 4 personas	Piscina parqueadero. Aire acondicionado	\$115.000

Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico de Santa Marta

Propuesta de un modelo de intervención



9	\$50.000	3 habitaciones, 7 personas		\$7.000
92	\$50.000	2 habitaciones, 4 personas		\$12.500
93	\$50.000	2 habitaciones, 4 personas		\$12.500
94	\$110.000	3 habitaciones, 6 personas		\$18.000
95	\$80.000	2 habitaciones, 5 personas		\$16.000
96	\$95.000	2 habitaciones, 9 personas		\$10.500
97	\$50.000	1 habitación, 4 personas.		\$12.500