



Implementación de tecnologías emergentes para fortalecer el posicionamiento de Casa

Candela como hotel de lujo en San Jerónimo, Antioquia

Genecy Andrea Goetz Quintana

Santiago Gallego Echavarría

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Centro Universitario Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2025

**Implementación de tecnologías emergentes para fortalecer el posicionamiento de Casa
Candela como hotel de lujo en San Jerónimo, Antioquia**

Genecy Andrea Goez Quintana

Santiago Gallego Echavarría

Trabajo de investigación e innovación presentado como requisito para optar al título de
Administrador de Empresas

Asesora

María Lucelly Urrego Marín

PhD en Pensamiento Complejo, Administradora de Empresas,

Magister en Gestión de la Innovación Tecnológica

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Centro Universitario Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2025

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a mi familia, por su amor incondicional, apoyo constante y paciencia durante este proceso académico. A mis padres, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo y la perseverancia. También dedico este logro a quienes creen en mí y me motivan cada día a seguir creciendo, recordándome que los sueños se alcanzan con disciplina y fe.

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a Dios, fuente de fortaleza y guía en cada paso de este camino.

A mi familia, por su respaldo, ánimo y comprensión en los momentos más difíciles.

A mis docentes y asesores, por compartir sus conocimientos, orientación y experiencias que enriquecieron este proceso formativo.

A mis compañeros, por su apoyo, trabajo en equipo y amistad.

A todas las personas que, de manera directa o indirecta, contribuyeron con su apoyo y motivación a la culminación de este proyecto.

Tabla de contenido

Lista de tablas	6
Lista de anexos.....	7
Resumen	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
1. Planteamiento.....	12
2. Objetivos	15
2.1 Objetivo general.....	15
2.2 Objetivos Específicos.....	15
3. Justificación.....	16
4. Marco Referencial	18
5. Diseño Metodológico	25
6. Plan de Acción.....	31
7. Análisis de los resultados.....	32
8. Referencias.....	37
9. Anexos.....	

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Booking.com</i>	14
Tabla 2. <i>TripAdvisor</i>	14

Lista de anexos

Anexo 1. Diseño de la encuesta.....	38
Anexo 2. Ilustraciones fotográficas del Hotel Casa Candela.....	40

Resumen

Esta investigación propone la implementación de tecnologías inmersivas, como la realidad aumentada (RA) y los recorridos virtuales, con el objetivo de fortalecer el posicionamiento y aumentar la visibilidad del Hotel Casa Candela dentro del segmento de alojamiento de lujo en San Jerónimo, Antioquia. El estudio parte del diagnóstico del actual desempeño digital del hotel en plataformas como Booking.com y TripAdvisor, donde se identifican oportunidades de mejora en su visibilidad, reputación y conexión con potenciales clientes.

El propósito es analizar tanto los datos de posicionamiento y calificaciones, como las percepciones y expectativas de los huéspedes frente a las experiencias digitales. Los resultados del análisis evidencian que la integración de herramientas tecnológicas emergentes puede transformar la manera en que los usuarios perciben y experimentan la marca, ofreciendo recorridos virtuales interactivos, información aumentada de las instalaciones y experiencias sensoriales que generan una conexión emocional con el huésped incluso antes de su llegada.

De esta forma, el Hotel Casa Candela podría diferenciarse frente a la competencia, atraer a un público más amplio y adaptarse a las tendencias de un mercado turístico cada vez más digitalizado y exigente.

Finalmente, se concluye que la innovación tecnológica no solo representa una ventaja competitiva, sino también una oportunidad para el desarrollo económico y turístico del municipio de San Jerónimo, aportando a la sostenibilidad del sector y al fortalecimiento del turismo de lujo en la región.

Palabras clave: Desarrollo; Hoteles; plataformas; posicionamiento; Tecnología inmersiva.

Abstract

This research proposes the implementation of immersive technologies, such as augmented reality (AR) and virtual tours, with the aim of strengthening the positioning and increasing the visibility of Hotel Casa Candela within the luxury accommodation segment in San Jerónimo, Antioquia. The study begins with a diagnosis of the hotel's current digital performance on platforms like Booking.com and TripAdvisor, where opportunities for improvement are identified in its visibility, reputation, and connection with potential clients.

The purpose is to analyze both positioning data and ratings, as well as guests' perceptions and expectations regarding digital experiences. The results of the analysis show that the integration of emerging technological tools can transform the way users perceive and experience the brand, offering interactive virtual tours, augmented information about the facilities, and sensory experiences that generate an emotional connection with the guest even before their arrival.

In this way, Hotel Casa Candela could differentiate itself from the competition, attract a wider audience, and adapt to the trends of an increasingly digitalized and demanding tourism market.

Finally, it is concluded that technological innovation not only represents a competitive advantage but also an opportunity for the economic and touristic development of the municipality of San Jerónimo, contributing to the sustainability of the sector and the strengthening of luxury tourism in the region.

Keywords: Development; Hotels; platforms; positioning; Immersive technology.

Introducción

El sector hotelero de lujo en Colombia ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por el aumento del turismo interno y la llegada de visitantes internacionales. En departamentos como Antioquia, este fenómeno se ha intensificado debido a la diversidad de climas, paisajes y experiencias culturales que atraen a viajeros en busca de opciones exclusivas de alojamiento. En este escenario, los hoteles enfrentan el reto de diferenciarse no solo a partir de la calidad de sus servicios, sino también a través de la innovación y la adopción de tecnologías emergentes que fortalezcan su posicionamiento en un mercado altamente competitivo y digitalizado.

El Hotel Casa Candela, ubicado en el municipio de San Jerónimo, se caracteriza por ofrecer una propuesta de valor diferenciada y un servicio orientado al segmento de lujo. Sin embargo, a pesar de contar con buenas calificaciones en plataformas digitales como Booking.com y TripAdvisor, su nivel de visibilidad y posicionamiento aún presenta oportunidades de mejora frente a otros competidores de la región. Este desafío limita el alcance a nuevos clientes potenciales y afecta la consolidación de su competitividad, especialmente entre los viajeros provenientes de Medellín y municipios cercanos.

Ante esta situación, las tecnologías inmersivas, como la realidad aumentada (RA) y los recorridos virtuales, se presentan como alternativas innovadoras para enriquecer la experiencia del usuario y generar un factor diferenciador de alto valor. Estas herramientas no solo permiten a los potenciales huéspedes explorar los espacios del hotel antes de su llegada, sino que también fortalecen la conexión emocional con la marca y aumentan su visibilidad en entornos digitales.

La presente investigación tiene como propósito analizar el estado actual del posicionamiento digital del Hotel Casa Candela, identificar oportunidades de mejora y proponer estrategias basadas en

tecnologías emergentes que contribuyan a fortalecer su competitividad. A través de un enfoque mixto, que integra métodos cualitativos y cuantitativos, se busca ofrecer un marco de acción que permita al hotel destacarse como una de las principales opciones de alojamiento de lujo en San Jerónimo, aumentando su tasa de ocupación, mejorando su visibilidad en plataformas turísticas y generando experiencias memorables para sus clientes.

1. Planteamiento del problema

Casa Candela ofrece una propuesta de valor diferenciada y ha recibido calificaciones positivas su visibilidad y posicionamiento entre los hoteles de lujo mejor valorados en San Jerónimo aún presentan oportunidades de mejora. Esta baja visibilidad reduce su alcance a potenciales nuevos clientes y afecta su competitividad en un mercado turístico en constante expansión, especialmente entre los viajeros que provienen de Medellín y municipios cercanos.

A pesar de contar con una propuesta de valor diferenciada, Casa Candela aún no se posiciona entre los hoteles de lujo mejor valorados en San Jerónimo, según reseñas y calificaciones en plataformas como Booking.com y TripAdvisor.

Basado en 2,899 comentarios en Booking.com (Booking, 2025), Casa Candela ocupa la posición número 6 de 34 alojamientos en la zona. Aunque está dentro del top 10, no lidera el listado, lo que indica que hay otros establecimientos con mayor reconocimiento en la plataforma.

En TripAdvisor (TripAdvisor, 2025), Casa Candela cuenta con 60 opiniones y una calificación de 4.0 sobre 5. Aunque es el único alojamiento listado en Sopetrán, su número de reseñas es bajo en comparación con otros hoteles de lujo en la región.

El turismo en Antioquia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, lo que ha intensificado la competencia en destinos cercanos a Medellín, como San Jerónimo. En 2023, el turismo en Antioquia creció un 37% en comparación con las cifras previas a la pandemia. Hasta mayo de ese año, el departamento recibió 348.211 visitantes no residentes, alcanzando el 79% del total registrado en 2019 en solo cuatro meses. (Ramírez, 2023).

En Booking.com, se destacan alojamientos con altas calificaciones, como Nalua Glamping y Hotel (9,2), Hotel Villa Alicia (8,3) y Casa Candela (8,9), lo que indica una competencia fuerte en cuanto a calidad y servicio. (Los mejores 10 Alojamientos de San Jerónimo, 2025). Surge la necesidad de diseñar estrategias que ayuden a mejorar la experiencia del cliente antes de realizar una reserva, aprovechando las tecnologías emergentes y fortaleciendo la presencia digital, con el fin de posicionarse como una de las mejores opciones de alojamiento de lujo en el municipio.

En un entorno turístico cada vez más competitivo y digitalizado, los hoteles de lujo enfrentan el reto de destacarse no solo por su propuesta de valor, sino también por su capacidad para adaptarse a las nuevas tendencias y expectativas del mercado.

¿Cómo puede el Hotel Casa Candela implementar estrategias innovadoras y tecnologías emergentes para fortalecer su posicionamiento como una de las principales opciones de alojamiento de lujo en San Jerónimo, Antioquia?

En respuesta a esta necesidad, se plantea la implementación de tecnologías inmersivas, como la realidad aumentada (RA) como una estrategia efectiva que puede mejorar la experiencia del cliente y generar un factor diferenciador de alto valor.

En su estudio "El impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico: Aplicación de la realidad aumentada al turismo cultural", los autores: María Teresa Fernández Alles y Ramón Cuadrado Marqués, destacan que la RA permite superponer contenidos turísticos sobre la imagen captada en tiempo real, enriqueciendo la experiencia del visitante mediante la activación de contenidos multimedia. (Marqués, 2015)

Estas tecnologías permiten ofrecer recorridos virtuales, interacciones visuales atractivas y una mayor conexión emocional con el usuario, incluso antes de su llegada al hotel. La realidad aumentada

(RA) ganará relevancia en la forma en que los hoteles se promocionan y comunican. Los recorridos virtuales permitirán a los huéspedes explorar el hotel antes de reservar y enriquecerá su experiencia en el destino. (serinf, 2024)

Al integrar estas herramientas, Casa Candela podría mejorar su presencia digital, aumentar su visibilidad en plataformas turísticas y atraer a un público más exigente, lo cual contribuiría significativamente a mejorar su posicionamiento competitivo en el sector.

Tabla 1. *Booking.com*

Hotel	Calificación
Solvae EcoHotel	7,7
Porton de Occidente by Bernalo	8,3
Hotel Bosque Blue	7,5
Bio Rio Hotel	9,1
Citadela Di Aqua	10
Tres lagos	9,0
Hotel Tropical San Jerónimo	7,4
Eco Hotel El Acuario	9,3
Hotel Villa Alicia	8,1
Casa Candela	8,8

Nota. Los 10 hoteles más destacados en la plataforma

Tabla 2. *TripAdvisor*

Hotel	Calificación
Bio Rio Hotel	5,0
Hotel Quimbaya	4,3
Hostería Guaracú	4,1
Dharma Hotel Boutique Spa	3,2
Hotel El Tesoro	4,3
InterContinental Medellin, an IHG Hotel	3,9
The Somos Loho Hotel	5,0
Hotel en San Jerónimo Antioquia	4,5
Hotel Sol de Occidente Casa Candela	4,6
Hotel Boutique Al Alma	5,0

Nota. Los 10 hoteles más desatacados en la plataforma

2. Objetivos

2.1 Objetivo General:

Proponer estrategias innovadoras basadas en tecnologías inmersivas que fortalezcan el posicionamiento y aumenten la visibilidad del Hotel Casa Candela dentro del segmento de alojamiento de lujo en San Jerónimo, Antioquia.

2.2. Objetivos Específicos:

Analizar el estado actual del posicionamiento digital del Hotel Casa Candela en plataformas turísticas como Booking.com y TripAdvisor, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora mediante el uso de tecnologías inmersivas.

Investigar las tendencias en el uso de realidad aumentada (RA) y recorridos virtuales aplicadas al sector hotelero de lujo, como referente para su implementación en el hotel Casa Candela.

Diseñar propuestas de experiencias inmersivas (como recorridos virtuales interactivos, RA en espacios físicos) que fortalezcan la conexión emocional con potenciales clientes y ayuden a mejorar la visibilidad del hotel Casa Candela en plataformas de reserva como Booking.com y TripAdvisor.

3. Justificación

La presente investigación tiene como finalidad diseñar estrategias innovadoras basadas en tecnologías inmersivas (RA), para mejorar el posicionamiento y la visibilidad del Hotel Casa Candela dentro del segmento de lujo en San Jerónimo, Antioquia. A pesar de contar con una propuesta de valor diferenciada, el hotel aún no figura entre los alojamientos de lujo mejor valorados ni más visibles en plataformas digitales como Booking.com y TripAdvisor, lo que limita su alcance a potenciales clientes y afecta su competitividad en un entorno turístico en crecimiento.

Según el Diagnóstico de Nodos de Turismo Circular publicado en octubre de 2023 por el Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA), las actividades que generan ingresos económicos en los municipios del Oriente del país son la agroindustria, floricultura y la gran atención turística de toda la zona debido a sus paisajes inconfundibles y su gran variedad de climas que lo hacen aún más atractivo. Es una zona de constante desarrollo y crecimiento tanto poblacional como económico y turístico, posicionándose como una pieza clave en todo el desarrollo del departamento de Antioquia (Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia, 2023). Sin embargo, la decisión de reserva depende en gran medida de la visibilidad y recomendaciones que tenga el hotel, lo cual exige una presencia digital sólida y estrategias innovadoras para diferenciarse. Según el informe Changing Traveller Report 2023 de SiteMinder, el 67% de los viajeros está dispuesto a utilizar tecnologías como la realidad aumentada (RA) para organizar o descubrir su alojamiento. (siteminder, 2023)

En este contexto, estas herramientas han demostrado ser eficaz en la industria hotelera para generar experiencias memorables y aumentar el posicionamiento de los hoteles. Según Pine y Gilmore (1999), las experiencias personalizadas y sensoriales elevan el valor percibido del servicio, lo que se alinea con las características del turismo de lujo. Asimismo, autores como Kotler y Keller (2012) destacan

que la diferenciación basada en la innovación tecnológica contribuye directamente al posicionamiento competitivo de una marca en mercados saturados.

Por lo tanto, esta propuesta busca responder a una necesidad real del Hotel Casa Candela, implementando estas tecnologías se puede mejorar la experiencia del cliente, lograr un mayor alcance en plataformas digitales y, en consecuencia, una mayor tasa de ocupación y fidelización del público objetivo.

4. Marco Referencial

4.1 Marco conceptual:

Uno de los principales conceptos claves es definir cuáles son los tipos de problemáticas presentados, en los cuales se quiere abarcar la problemática del posicionamiento del hotel dentro de las plataformas digitales de turismo más importantes a nivel nacional los cuales son Booking.com y TriAdvisor.

Una de las principales razones para abarcar esta problemática sobre el posicionamiento del hotel en el mercado es saber qué acciones se pueden relacionar e implementar para tener bases sólidas y poder acceder a nuevas herramientas tanto físicas como tecnológicas y poder posicionarse mejor en el mercado, ejemplo:

“La supervivencia de un proyecto digital depende de que te encuentren. No aparecer en las primeras posiciones de los buscadores limita el alcance del proyecto y el tráfico web”. Mencionado por la Base Cero de Marketing, empresa de soluciones digitales.

Las principales causas es no generar contenido de calidad y originalidad al momento de realizar pautas publicitarias, prospección de nuevos clientes, publicaciones periódicas de material y promociones del hotel etc.

Hablando de tecnologías emergentes podemos basarnos en algunas de las más importantes para este nicho de mercado que son:

En base a lo mencionado anteriormente se pueden establecer nuevos métodos de marketing como nuevo material publicitario que se aproxima, nuevas atracciones de RA en donde el cliente sea

quien se sumerja en una experiencia completamente diferente a lo vivido en los diferentes hoteles de lujo que presenta el mercado.

Relacionado con tecnologías emergentes e importantes para este mercado el cual es la hotelería y turismo se resalta avances como Big Data, una herramienta importante para poder establecer diferentes nichos de mercado, realizar estudios de campo, intereses de nuevos prospectos, avances en mejoras.

También se resalta tecnologías como (RA), la cual consiste en sumergir al cliente en una experiencia sensorial para poder conocer lugares y espacios de manera remota sin necesidad de hacerlo de una forma presencial, esto mejora la experiencia al momento de obtener una reserva, recomendación, adquirir un producto o servicio del lugar que se desee visitar.

Una de las más importantes cabe resaltar que es la tecnología IOT, una tecnología que permite desarrollo y sostenibilidad a través del tiempo, la cual está enfocada en generar experiencia al huésped en diferentes ámbitos personalizados como lo es control de iluminación, control de temperaturas y entretenimiento, también mejora la eficiencia operativa la cual permite generar automatización de tareas, mantenimientos preventivos y optimización de consumos energéticos. En tema de seguridad, con la mejora de cerraduras inteligentes, alarmas y sistemas de vigilancia remotas. Por último, conectado con el Big Data, nos permite recopilar datos de mercado, sobre nuevas tendencias y nuevas experiencias para los clientes.

Si bien mencionamos anteriormente las tecnologías emergentes, esto nos da paso para mencionar lo importante que es el posicionamiento de marca en el mercado en base a los motores (SEO), los cuales presentan unas características muy beneficiosas y particulares para el hotel si son implementados de manera correcta, los cuales se basan en:

Según el Blog rockcontent, sitio web enfocado en alimentación de información tecnológica y avances permanentes en áreas de información y big data. Nos explica la importancia del SEO Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube.

Este nos ofrece beneficios como: mayor visibilidad en plataformas de internet, aumento de tráfico orgánico, mejor experiencia del usuario y mejor reputación. Esto nos da pie para realizar la inmersión en nuestro próximo ítem que sería el turismo experiencial, el cual está enfocado principalmente en generar experiencias personalizadas y significativas para el huésped, si analizamos algunas de las características importantes serían:

Experiencias personalizadas, conexión con la cultura social del lugar donde se encuentra el hotel ubicado, generar experiencias y fidelizar clientes a través de su servicio. En base al contexto local, podemos hablar un poco del municipio donde se encuentra ubicado el hotel Casa Candela, uno de los principales lugares turísticos si hablamos del departamento de Antioquia, el cual es se destaca por sus paisajes naturales, el clima para poder disfrutar de días de sol, patrimonio cultural, tours, diferentes ofertas gastronómicas y ecoparques de disfrute.

4.2 Marco contextual:

Marriott Hotels, todo un ejemplo de innovación.

La cadena Marriott Hotels es todo un ejemplo de innovación dentro del sector hotelero.

Ya en 2015 lanzaron VRoom Service para sus hoteles de Nueva York y Londres.

Una de las principales problemáticas era que los usuarios de alguna manera u otra preferían acceder a ver los espacios de manera remota para optimización de tiempos. Fue estudiada bajo una metodología cualitativa en donde se realizaron diferentes encuestas a clientes para saber cuál es el principal motivo de poder escoger un hotel o una habitación en el sector turístico.

Mediante este servicio, los huéspedes pueden solicitar unas gafas de realidad virtual a su habitación. Con estas gafas, los usuarios pueden interactuar con unas postales especiales que generan experiencias inmersivas en (RA). De esta manera se logra exponer y dar paso a otro avance el cual concluye en lo siguiente:

La misma cadena hotelera lanzó en 2017 otra aplicación de realidad virtual llamada VPViewer.

Este producto, más enfocado a la organización de eventos, se lanzó en los hoteles Marriott de Europa, África y Oriente Medio.

La problemática era que se quería conocer por parte de sus clientes empresariales y turistas de manera remota y de forma inteligente a través de tecnología 360º espacios inmersivos para eventos y diferentes escenarios.

Gracias a esta herramienta, los usuarios pueden visualizar los espacios para actividades, reuniones en 360º, los planos del evento y las diferentes notas y comentarios hechos por el equipo organizador del evento.

Teniendo en cuentas los dos ejemplos planteados anteriormente tomados de Marriott Hotels se logra identificar y relacionar ya que van direccionados y enfocados a lo que se proyecta casa candela, tanto en tecnología como en prestación de servicios para sus clientes y experiencias generadas.

Esto de manera cualitativa ayudará a Casa Candela a poder establecerse en el mercado ofreciendo una alternativa completamente diferente a las ofrecidas por la competencia, una experiencia en (RA) cuyo plus inicial es generar fidelización y posicionamiento del mercado para establecerse en el top de hoteles.

4.3 Marco legal

En Colombia la principal Ley de turismo es 2068 de 2020 la cual busca fomentar la sostenibilidad y la calidad turística. Contextualizando con casa blanca abarca la importancia en el sector turístico el cual se enfoca en ser rentable a través del tiempo brindando soluciones empresariales y atractivos turísticos a diferentes nichos de mercado a nivel nacional. De esta manera esta ley impacta directamente a Casa Blanca tanto en su operación llevando planes de acción para fomentar la calidad en sus procesos de innovación constante acoplándose a cambios de mercados y nuevos retos tanto de posicionamiento como en calidad.

Ley 300 de 1996 esta ley es de las principales y más importantes a nivel reglamentario para establecer la normatividad del sector turístico en Colombia. Está enfocada y determina que el turismo es de las mayores redes de sostenibilidad en el territorio colombiano y por su naturaleza debe hacerse rentable. En base a lo mencionado anteriormente se resalta la importancia de Casa Blanca en el mercado siguiendo los lineamientos normativos requeridos por dicha ley. Los cuales buscan la rentabilidad a través del tiempo siendo uno de los pilares fundamentales en el territorio, que es mantener cultura de turismo y generar ingresos y atracción turística.

Casa Candela es un atractivo turístico el cual busca ser sostenible a través de sus inmersiones en el sector tecnológico siendo un factor diferenciador de los demás, el cual se enfoca en el área de la (RA) para el desarrollo y la captación de nuevos clientes.

Ley 1480 de 2011 establece: “Calidad, idoneidad y seguridad de los productos. Todo productor y prestador de servicios debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes o servicios que ofrezca o ponga en el mercado.

En base a esta ley se deben establecer parámetros de calidad referente a los productos y servicios ofrecidos por Casa Candela, los cuales deben estar regidos bajo ciertos niveles de calidad y poder ofrecer de manera adecuada sus servicios.

En resumen, teniendo en base las normativas y leyes que rigen el turismo a nivel nacional en nuestro país que es las mencionadas anteriormente, la ley 2068 de 2020, la cual está enfocada en calidad turística y sostenibilidad, la ley 300 de 1996 que es la encargada de regir la normatividad del sector turístico y la ley 1480 de 2011 la cual establece la calidad y la idoneidad de los productos y servicios por el sector turístico. En base a esto, y hablando del mejoramiento tecnológico, la normatividad en el sector hotelero colombiano se enfoca en la mejora continua de la calidad, la sostenibilidad y la seguridad de los servicios, promoviendo la adopción de tecnologías que faciliten la gestión de los establecimientos y la experiencia de los huéspedes.

4.4 Marco teórico

Planteando diferentes estudios realizados por la industria tecnológica, una de las principales empresas en LOT (Internet de las cosas) llamada BLUEPRINTRF NETWORK INTELLIGENCE fundada en 2011, es una de las empresas que aseguran el futuro de la industria hotelera a través de la tecnología por medio de la conexión entre internet y el cliente. Según James Tubo, director de operaciones de Blueprint RF uno de los objetivos principales es “garantizar que los huéspedes se conecten a Internet: así de simple”. Por medio de una transformación digital y avances en temas de interacción de los hoteles con la tecnología contemporánea.

Complementando este enfoque de la empresa Blueprint RF en donde uno de sus principales focos es el LOT, hay diferentes focos los cuales conllevan a un método, plan de ejecución y fidelización a través de diferentes plataformas de RA como lo son métodos de interacción del cliente con los que puede llegar a obtener a través de este método.

Otro caso puntual que conlleva a una interrelación de RA fue Premier Inn, una de las cadenas hoteleras más grandes del Reino Unido las cuales se enfocaron en poder brindarle al cliente la capacidad y de poder realizar diferentes recorridos y ver información a través de su teléfono simplemente acercándose a murales del mismo el cual les trae información sobre lugares o puntos de interés los cuales pueden ser visitados, así mismo, información sobre puntos turísticos de la ciudad o la zona donde se encuentran lo que permite crear una experiencia no solo con el hotel si no con la misma ciudad donde se encuentre la persona.

Creando una relación entre los dos diferentes conceptos con el problema de investigación, podemos observar la importancia primero de la relación con el LOT (el internet de las cosas) poder tener proveedores y bases robustas de abastecimiento de información para poder crear procesos y ambientes de RA para el mayor disfrute del huésped, adicional tener en cuenta la innovación que debe conllevar un proceso de RA, por ejemplo implantar información que fidelice al cliente, con atracciones virtuales, centros históricos, recorridos inmersos por cada parte del hotel es lo que nos conlleva a una experiencia única de posicionamiento y calidad en Casa Candela.

5. Diseño metodológico

5.1 Línea de investigación institucional (Programa académico Administración de empresas)

Elegimos la línea de investigación Innovaciones sociales y productivas, ya que esta busca aplicar herramientas tecnológicas emergentes (realidad aumentada, recorridos virtuales) como estrategias de innovación productiva que fortalezcan la competitividad en el sector hotelero.

Este proyecto contribuye a la línea porque:

- Genera innovación productiva, al proponer nuevas formas de posicionamiento digital y diferenciación del servicio mediante experiencias inmersivas.
- Aporta valor social, al fortalecer la oferta turística de San Jerónimo, incrementando las visitas de usuarios y turistas, lo cual beneficia a la comunidad local en términos de empleo y desarrollo económico.
- Conecta la academia con el entorno, ya que la investigación se aplica directamente a un caso real (Hotel Casa Candela), lo que permite validar conocimientos de gestión, mercadeo e innovación en un contexto empresarial.

La propuesta busca que la implementación de tecnologías emergentes no solo impacte en la productividad del hotel, sino también en el bienestar de los clientes y en el desarrollo turístico y económico de la región.

5.2 Eje temático (Programa académico Administración de empresas)

Para el presente trabajo elegimos los ejes “Las TIC aplicadas a las organizaciones productivas” y “Marketing y Negocios”, ya que combina la implementación de herramientas tecnológicas innovadoras con el diseño de estrategias de mercadeo digital para el sector hotelero.

Desde la perspectiva de las TIC, la investigación propone el uso de tecnologías inmersivas como la realidad aumentada y los recorridos virtuales, aplicadas a la gestión y promoción del Hotel Casa Candela, con el fin de mejorar la experiencia del cliente e incrementar su posicionamiento digital.

Por su parte, desde el enfoque de Marketing y Negocios, el proyecto busca fortalecer la competitividad del hotel en el mercado de lujo, mediante estrategias orientadas a la visibilidad, fidelización de clientes y diferenciación de la propuesta de valor. La integración de ambos ejes permite generar una propuesta que responde a las necesidades actuales del sector turístico, potenciando el uso de la innovación tecnológica como motor de crecimiento empresarial.

5.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo (Cualitativo y cuantitativo)

La investigación adopta un enfoque mixto, que combina los métodos cualitativos y cuantitativos, con el fin de obtener una visión integral del fenómeno estudiado.

- Desde el enfoque cualitativo, se busca comprender las percepciones de los clientes, identificar tendencias en el uso de tecnologías inmersivas en el sector hotelero y analizar cómo estas influyen en la experiencia del usuario y en la decisión de compra.
- Desde el enfoque cuantitativo, se pretende medir indicadores relacionados con el posicionamiento del hotel, como calificaciones en plataformas digitales (Booking, TripAdvisor), volumen de reservas, crecimiento en la visibilidad y nivel de interacción en medios digitales.

El paradigma investigativo integra diferentes métodos y perspectivas para responder a una necesidad real de la organización. Este paradigma permite tanto la interpretación de significados como la validación de datos estadísticos, garantizando así un análisis más completo y confiable.

5.4 Diseño (Experimental, no experimental)

El diseño de la investigación es de tipo no experimental – descriptivo, debido a que no se manipulan variables de manera directa, sino que se observan y analizan los fenómenos tal como ocurren en el contexto actual del hotel y el mercado turístico.

Se centra en:

- Analizar la situación actual del posicionamiento del Hotel Casa Candela en plataformas digitales.
- Observar cómo la implementación de tecnologías inmersivas podría impactar en la experiencia de los clientes y en la competitividad.
- Describir la relación entre el uso de estas herramientas y la mejora en la visibilidad y fidelización de los usuarios.

Este tipo de diseño permite recopilar información objetiva y subjetiva sin alterar el contexto, para luego proponer estrategias innovadoras viables para la organización.

5.5 Alcance (exploratorio, descriptivo, correlacional, explicativo)

El alcance de este trabajo de investigación es descriptivo y explicativo.

Alcance de la Investigación: Hotel Casa Candela

5.5.1 Descriptivo

El estudio tiene un alcance descriptivo porque busca analizar, detallar y especificar las características del problema y las tendencias del sector.

- Descripción del Posicionamiento Actual: Se describe el estado actual del Hotel Casa Candela, incluyendo su posición número 6 de 34 alojamientos en Booking.com y su bajo número de reseñas en TripAdvisor en comparación con otros hoteles de lujo.
- Identificación de Oportunidades: Se buscan identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora del hotel en plataformas digitales mediante el uso de tecnologías inmersivas.

- Investigación de Tendencias Tecnológicas: Se investigan y describen las tendencias en el uso de realidad aumentada (RA) y recorridos virtuales aplicadas al sector hotelero de lujo, sirviendo como referente para su posible implementación.

5.5.2 Explicativo

El estudio es explicativo ya que va más allá de la descripción; busca proponer y determinar cómo la implementación de tecnologías emergentes puede influir en el posicionamiento y la visibilidad del hotel.

Respuesta al Problema: Busca responder a la pregunta de investigación: "¿Cómo puede el Hotel Casa Candela implementar estrategias innovadoras y tecnologías emergentes para fortalecer su posicionamiento?"

- Establecimiento de Causa-Efecto (Propuesta): El objetivo general es proponer estrategias innovadoras basadas en tecnologías inmersivas (RA y recorridos virtuales) que fortalezcan el posicionamiento y aumenten la visibilidad. Al proponer e indagar en el diseño de estas experiencias, se busca explicar el impacto y la relación directa entre la diferenciación basada en la innovación tecnológica y el posicionamiento competitivo de la marca.

Este enfoque combinado permite primero diagnosticar la situación actual (Descriptivo) y luego proponer soluciones basadas en la tecnología para mejorar el posicionamiento (Explicativo).

5.6 Población

La población a la que se llegaría e impactaría con este trabajo de investigación se puede dividir en dos grupos principales, según la información proporcionada: el Público Objetivo del Hotel y los Clientes de Plataformas Digitales.

5.7 Tamaño de muestra

Población hotelera y clientes digitales, en total 71 encuestas aplicadas.

5.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

Fuentes (Investigación Documental)

Revistas académicas, informes sectoriales, artículos sobre tendencias tecnológicas, información de la competencia, marcos legales.

Reseñas y calificaciones en plataformas turísticas como Booking.com (2,899 comentarios) y TripAdvisor (60 opiniones)

5.9 Análisis y tratamiento de datos

A partir del diseño metodológico y el alcance definido en el trabajo, el análisis y tratamiento de datos se centraría en un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) para cumplir con los objetivos de diagnóstico (descriptivo) y propuesta de estrategias (explicativo).

5.9.1 Tratamiento Cuantitativo (Análisis de Posicionamiento y Tendencias)

El tratamiento cuantitativo se aplica a los datos numéricos y estructurados para el análisis descriptivo y el diagnóstico del estado actual del hotel.

5.9.2. Tratamiento Cualitativo (Análisis de Experiencia y Propuesta de Valor)

El tratamiento cualitativo se aplica a la información no estructurada para obtener.

5.9.3 Fases del Análisis

El proceso de análisis se desarrollaría en tres fases interconectadas:

- **Fase de Diagnóstico.** Se analiza la data cuantitativa de las plataformas para entender el "qué" (la posición actual) y la data cualitativa de las reseñas para entender el "por qué" (qué valora o crítica el huésped).

- **Fase de Referencia.** Se analizan las tendencias y casos de estudio (secundarios) para entender el "cómo" (cómo la tecnología ha impactado positivamente en hotelería de lujo).
- **Fase de Propuesta.** Se utiliza la información cualitativa del mercado y las tendencias para diseñar las estrategias de experiencias inmersivas, las cuales serán la base de la explicación de cómo la tecnología fortalecerá el posicionamiento de Casa Candela.

6. Plan de acción

El plan de acción propuesto orienta el desarrollo de esta investigación y la formulación de estrategias que permitan fortalecer el posicionamiento del Hotel Casa Candela mediante la implementación de tecnologías inmersivas. Este plan no busca ejecutar intervenciones reales, sino establecer una guía conceptual que sirva de base para futuras acciones de innovación en el sector hotelero.

En coherencia con los objetivos específicos y el enfoque metodológico mixto, el plan se sustenta en la identificación de oportunidades de mejora en la visibilidad digital del hotel y en el diseño de alternativas tecnológicas que respondan a las tendencias actuales del mercado turístico. La idea central es demostrar, desde un punto de vista académico y estratégico, cómo el uso de herramientas como la realidad aumentada (RA) y los recorridos virtuales puede contribuir a diferenciar la oferta del hotel frente a la competencia, mejorar la experiencia del cliente y aumentar su reconocimiento dentro del segmento de alojamiento de lujo en San Jerónimo.

De manera general, este plan de acción propone lineamientos que pueden ser utilizados por el Hotel Casa Candela como referencia para la planeación de estrategias futuras de innovación. Lo que se busca es generar la necesidad de integrar la tecnología con la gestión del marketing hotelero, demostrando que la inmersión digital puede convertirse en un pilar clave para el crecimiento y posicionamiento en el sector turístico de lujo.

7. Análisis de los Resultados

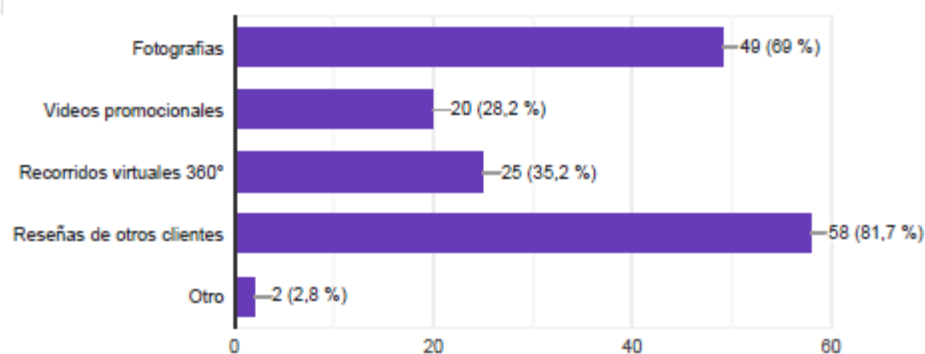
Al aplicar la herramienta se observan los siguientes resultados:



3. ¿Qué tipo de contenido digital considera más útil para tomar la decisión de reservar un hotel? (Opción múltiple)

 Copiar

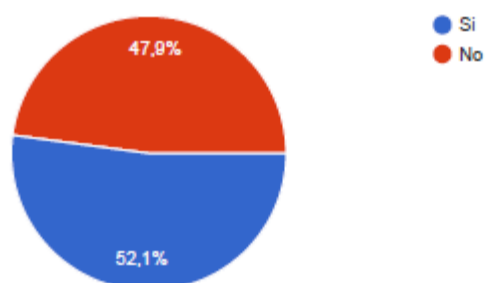
71 respuestas



4. ¿Ha utilizado alguna vez experiencias de realidad aumentada o recorridos virtuales para explorar un hotel antes de reservar?

 Copiar

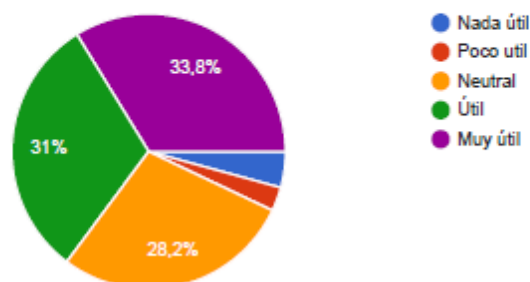
71 respuestas



5. ¿Qué tan útil le resultó esta experiencia para tomar una decisión de reserva?

 Copiar

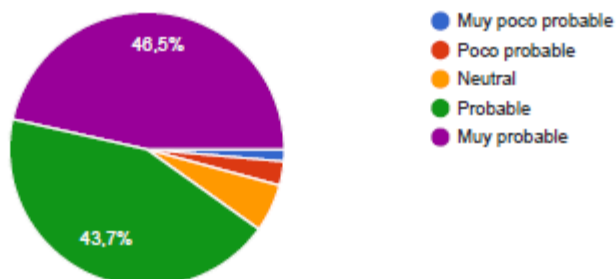
71 respuestas



6. En caso de que el Hotel Casa Candela implementara recorridos virtuales interactivos de sus instalaciones, ¿Qué tan probable sería que usted los utilizara antes de reservar?

[Copiar](#)

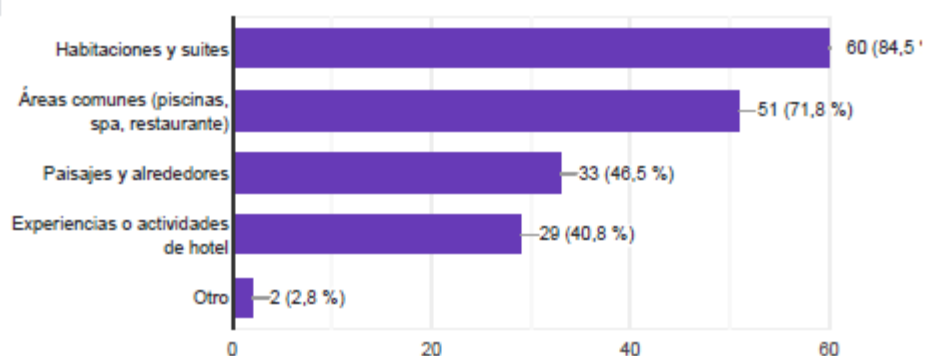
71 respuestas



7. ¿Qué aspectos del hotel le gustaría explorar mediante realidad aumentada o recorridos virtuales? (Opción múltiple)

[Copiar](#)

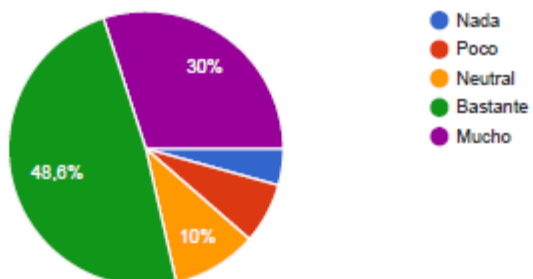
71 respuestas



8. ¿Considera que estas tecnologías inmersivas (RA, recorridos virtuales) influyen en la confianza y conexión emocional con un hotel?

 Copiar

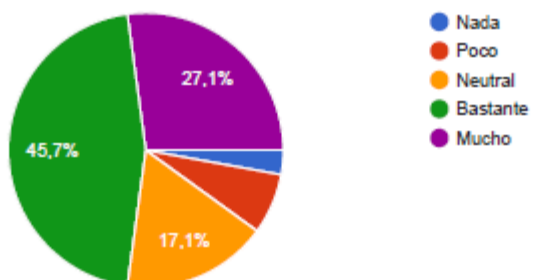
70 respuestas



9. ¿Qué tanto influiría la implementación de estas tecnologías en su decisión de elegir el Hotel Casa Candela frente a otro hotel de lujo?

 Copiar

70 respuestas



10. ¿Qué sugerencia le daría al Hotel Casa Candela para mejorar su visibilidad y atractivo digital en plataformas de reserva?

20 respuestas

-

Mas imagen

Implementar estas tecnologías

-

N/A

En el momento ninguna

Pedir que sus clientes siempre los califiquen en Google

Si bien es exclusivo en el sector hotelero, le falta mostrar más frente a los demás hoteles cercanos. La fotos son muchas y repetidas, vídeos o compartir servicios que ofrecen para atraer al público.

que realicen temporada de descuentos y convenios de descuentos con empresas, que siempre digitalmente muestren la realidad sin editar ningún espacio ya que es de allí donde el visitante toma la decisión

Me genera confianza los comentarios y reseñas de otros usuarios la calificación y si las fotos

son en buena calidad y de todos los lugares del hospedaje

Ninguna

Más agilidad en tiempo de respuesta

Bueno

mostrar siempre fotos y videos actuales de las instalaciones, y también de actividades para hacer en el hotel y alrededores

Que implemente los atractivos digitales para así tener una experiencia casi real y cercana a lo que se puede vivir en el hotel.

Manifiestar y fomentar plataformas de calificaciones del hotel de manera fácil, clara y transparente, en esta era digital priorizar herramientas digitales, como videos fotos de las instalaciones y amenidades del hotel tanto como de las diferentes habitaciones y categorías



disponibles que ofrece el hotel y las áreas comunes y además sitios de interés cerca del hotel o de fácil acceso, Considero que el hotel ya debería contar con todas estas herramientas ya que la presencia de turistas internacionales ha aumentado en un 30% En el país especialmente en Antioquia LEON MEJIA

Recordists virtuales

Precios

marketing

8. Referencias bibliográficas

- Bolivariana. (s.f.) <https://view.genially.com/5f1896f5c2b34d0d9cf00da6>
- Booking.com. (s.f.) [Booking.com: Hoteles en San Jerónimo. ¡Reserva tu hotel ahora!](#)
- Candela. (s.f.) [Casa Candela - Hotel Sopetrán](#)
- Cranmer. (2017). https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-64027-3_2?utm_source=chatgpt.com
- Dario tom Dieck. (2018). https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02614367.2018.1466905?utm_source=chatgpt.com
- Dominguez. (s.f.) <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/la-realidad-virtual-en-el-turismo>
- Forms. (s.f.) <https://docs.google.com/forms/d/1xmv6b4n7y11SEAv5QbioAyBf4tPA1og2FU6cS-nlXxY/edit>
- Guttentag. (2010). https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517709001332?utm_source=chatgpt.com
- Iberdrola. (s.f.) <https://www.iberdrola.com/conocenos/nuestro-modelo-innovacion/realidad-virtual>
- Innovae. (s.f.) <https://www.innovae.com/la-tecnologia-de-realidad-virtual/>
- Tripadvisor. (s.f.) [LOS MEJORES hoteles de lujo en San Jerónimo - Tripadvisor](#)

9. Anexos

Anexo 1. Diseño de la encuesta

Innovación digital y experiencias inmersivas en hoteles de lujo

El objetivo de esta encuesta es conocer su percepción sobre el uso de tecnologías inmersivas (realidad aumentada y recorridos virtuales) en la experiencia de búsqueda y reserva de hoteles de lujo. Sus respuestas serán confidenciales y de gran valor para el Hotel Casa Candela. Preguntas:


1. **¿Con qué frecuencia utiliza plataformas como Booking.com o TripAdvisor para buscar y reservar alojamiento?**
 - a. Nunca
 - b. Rara vez
 - c. A veces
 - d. Frecuentemente
 - e. Siempre
2. **Al momento de elegir un hotel de lujo, ¿qué tan importante considera la presencia digital y reputación online (reseñas, fotos, comentarios)?**
 - a. Nada importante
 - b. Poco importante
 - c. Neutral
 - d. Importante
 - e. Muy importante
3. **¿Qué tipo de contenido digital considera más útil para tomar la decisión de reservar un hotel? (Opción múltiple)**
 - a. Fotografías
 - b. Videos promocionales
 - c. Recorridos virtuales 360°
 - d. Reseñas de otros clientes
 - e. Otro: _____
4. **¿Ha utilizado alguna vez experiencias de realidad aumentada o recorridos virtuales para explorar un hotel antes de reservar?**
 - a. Sí
 - b. No
5. *(Condicional, si respondió "Sí" en la 4)*
¿Qué tan útil le resultó esta experiencia para tomar una decisión de reserva?
 - a. Nada útil
 - b. Poco útil
 - c. Neutral
 - d. Útil
 - e. Muy útil

6. **En caso de que el Hotel Casa Candela implementara recorridos virtuales interactivos de sus instalaciones, ¿qué tan probable sería que usted los utilizara antes de reservar?**
 - a. Muy poco probable
 - b. Poco probable
 - c. Neutral
 - d. Probable
 - e. Muy probable
7. **¿Qué aspectos del hotel le gustaría explorar mediante realidad aumentada o recorridos virtuales? (Opción múltiple)**
 - a. Habitaciones y suites
 - b. Áreas comunes (piscina, spa, restaurante)
 - c. Paisajes y alrededores
 - d. Experiencias o actividades del hotel
 - e. Otro: _____
8. **¿Considera que estas tecnologías inmersivas (RA, recorridos virtuales) influyen en la confianza y conexión emocional con un hotel?**
 - a. Nada
 - b. Poco
 - c. Neutral
 - d. Bastante
 - e. Mucho
9. **¿Qué tanto influiría la implementación de estas tecnologías en su decisión de elegir el Hotel Casa Candela frente a otro hotel de lujo?**
 - a. Nada
 - b. Poco
 - c. Neutral
 - d. Bastante
 - e. Mucho
10. **¿Qué sugerencia le daría al Hotel Casa Candela para mejorar su visibilidad y atractivo digital en plataformas de reserva?**
(Pregunta abierta)

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfue1MzqgnFbgETYdSdYLka2np9E69EvIIWKgAztOBWyxFKvQ/viewform?usp=header>

Anexo 2. Ilustraciones fotográficas del Hotel Casa Candela

Hotel Casa Candela

 vereda tafetanes antioquia ruta 429189, 051070 San Jerónimo, Colombia – [Ubicación excelente](#) - [Ver mapa](#)

