

Universidad Externado de Colombia
Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

2018

Autor: Laura Katherine Merchán Salazar

Trabajo de grado

Los viajes de negocios y su impacto turístico en la zona Corferias

Director:

Manuel Leguizamón

Bogotá D.C, 27 de febrero de 2018

Contenido

Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Capítulo I: contextualización y marco de referencia	6
Marco contextual	8
Capítulo II: Metodología para evaluación del impacto turístico.....	11
a. Identificar una zona experimento (tratamiento) y una zona control	11
b. Definir variables de impacto de la zona experimento y la zona control.....	13
c. Diseño de instrumentos de recolección de información	14
d. Aplicación de la metodología cuasi experimental al turismo	15
e. Medición del impacto turístico en la zona tratamiento o experimento	16
Capítulo III: Trabajo de campo y procesamiento de datos.....	19
3.1. Prueba piloto de las encuestas en la zona Corferias	19
3.2. Trabajo de campo en la zona experimento y control.....	24
Capítulo IV: Análisis comparativo entre la zona Corferias <i>versus</i> La Candelaria.....	52
4.1. Comparación demanda turística	52
4.2. Comparación población residente	54
4.3. Comparación oferta turística.....	56
4.4. Caracterización final de Corferias y La Candelaria.....	60
Capítulo V: Impacto del turismo de negocios en Corferias	62
5.1. Comparación de las dos localidades por el método de emparejamiento.....	62
5.1.1. Comparación entre promedios	63
5.1.2. Comparación entre desviaciones estándar y varianzas de la muestra	65
5.2. Medición del impacto turístico.....	68
6. Conclusiones y recomendaciones.....	81
Tablas.....	83
Tabla 1.	83
Figuras.	87
Anexos	92
Referencias.....	99

Resumen

El presente trabajo desarrolla la medición de impacto turístico del turismo de negocios en Corferias a partir de la comparación de diferentes variables relacionadas con el desarrollo turístico de La Candelaria, una zona de interés turístico con vocación distinta. Inicialmente, se presenta una breve introducción de la importancia de Corferias y La Candelaria, la posición que ocupan en el desarrollo turístico de Bogotá y las características generales de las dos.

Posteriormente, se desarrolla la metodología general de estudio que hace referencia a la aplicabilidad de la metodología cuasi experimental en el caso de estudio partiendo del desarrollo del trabajo de campo que se basa en la aplicación de encuestas a oferta turística, demanda turística y población residente. Con los resultados encontrados, se pasa a sintetizar el procesamiento de los datos a partir de tablas que permiten ver las diferencias encontradas en las dos zonas y se procesan los datos desde herramientas de estadística básica.

Finalmente, se mide el impacto turístico de la zona desde el método diferencias en diferencias y se presentan unas conclusiones y recomendaciones con respecto a la aplicabilidad de una metodología cuasi experimental proveniente de la disciplina de la economía puesta en marcha en una prueba aleatoria de turismo de negocios versus el turismo cultural e histórico.

Introducción

El turismo de negocios, en los últimos años, ha tenido un importante crecimiento en los últimos años. Una de las ciudades que más ha experimentado la llegada de esta tipología es la ciudad de Bogotá a causa del crecimiento de zonas como Corferias, en donde actualmente se construye un recinto ferial mucho más grande llamado Ágora Bogotá y del cual se espera haya un impacto en la llegada de visitantes al país por asistencia a congresos, ferias y convenciones.

Sin embargo, no existe en el turismo una metodología que permita comparar las características de una zona impactada por la actividad turística y su importancia en la economía de una ciudad y un sector. Desde la aplicación de la metodología cuasi experimental, basada en encuestas y datos cuantitativos, se espera poder indagar cómo ha sido el comportamiento y la percepción de establecimientos prestadores de servicios turísticos, turistas y población residente para dar un análisis de cómo los profesionales de administración de empresas turísticas y hoteleras pueden realizar un aporte a la consolidación de cifras significativas para el estudio del fenómeno turístico.

Objetivos

Objetivo general

Medir el impacto turístico de los viajes de negocios en la zona Corferias y su contribución a la cadena productiva a partir de una comparación con una zona de vocación turística distinta al turismo de negocios, en este caso La Candelaria.

Objetivos específicos

- Identificar la infraestructura turística, superestructura y producto turístico de la zona Corferias.
- Reconocer los cambios que ha tenido Corferias a causa del turismo de negocios.
- Comparar la oferta, demanda, ingreso y gasto turístico que genera el turismo de negocios de la zona Corferias versus La Candelaria (ZIT).
- Determinar herramientas que permitan evidenciar el desarrollo del turismo de negocios en la zona Corferias.

Capítulo I: contextualización y marco de referencia

Este capítulo tiene como objetivo contextualizar el desarrollo de la investigación teniendo como base el marco de referencia constituido por el marco teórico, el marco conceptual y el marco contextual. De esta manera se podrán abordar los capítulos posteriores y cada uno de los aspectos del trabajo con mayor claridad y objetividad.

Marco teórico

Partiendo de la teoría de desarrollo endógeno, que según Vázquez (2007) se define como “el análisis de los mecanismos de la acumulación de capital y las fuerzas que están detrás de las fuentes inmediatas de crecimiento” (p.5). Se puede fundamentar el proceso de investigación a desarrollar en torno al turismo de negocios en la zona Corferias. La anterior definición alude a lo siguiente:

Desde la óptica del desarrollo endógeno se entiende que los procesos de desarrollo han de estar anclados en el territorio, por lo que la capacidad emprendedora local y la inversión, utilizando el ahorro y los recursos locales, son factores decisivos en los proyectos de desarrollo, ya que sin ellos el crecimiento a largo plazo alcanza pronto sus límites (Vázquez, 2005, p.32).

La teoría mencionada está relacionada con la presente investigación, dado que con la aglomeración de actividades de negocios se está dando un impacto turístico en la zona de estudio, sumado al trabajo logrado por actores internos, como empresas públicas, privadas y mixtas que durante varios años desarrollan ciertas estrategias de crecimiento productivo que lograron acrecentar las competencias de la cadena de valor del turismo de Corferias.

La teoría del desarrollo endógeno es clave para explicar que los viajes de negocios han permitido el auge y el crecimiento de las ferias, congresos y convenciones en la ciudad de Bogotá, debido a que los establecimientos turísticos de la zona han sido pieza clave en el

posicionamiento de la zona Corferias como principal lugar de la capital al cual llegan turistas internacionales y nacionales. Es decir que desde el interior del territorio se evidencia el inicio del surgimiento de los impactos turísticos, por lo cual existen factores endógenos que soportan esos efectos que genera el turismo de negocios en la zona de estudio.

Adicionalmente, es necesario aludir a que la necesidad de tener en cuenta que es necesario medir aspectos como la estimación venta/alquiler de habitaciones en establecimientos hoteleros, los empleos generados, la percepción y grado de satisfacción del turista, el aporte de la tipología al crecimiento turístico y los ingresos generados por la misma logrando así tener una amplia perspectiva de los viajes de negocios (Leguizamón et al., 2013, p.78).

Marco conceptual

Para la presente investigación se ve necesario precisar los conceptos de turismo de negocios, zona de interés turístico, impacto turístico y derrama económico a causa de que pueden llegar a ser conceptos subjetivos si son vistos desde perspectivas de diferentes de la investigación en turismo.

El concepto de turismo de negocios, para la presente investigación, toma como referencia la definición planteada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) que señala que esta tipología pertenece a la industria de reuniones o sector *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE)* y la define como “los motivos pertinentes a la industria de las reuniones, la categoría de negocios y motivos profesionales...” (OMT, 2007, párr.15). A su vez, la OMT divide la industria de reuniones en: asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones; y otros negocios y motivos profesionales.

En cuanto al concepto de Zona de Interés Turístico (ZIT) se tomó en cuenta la definición planteada en el Plan Maestro de Turismo de Bogotá que lo define como:

Aquellas áreas de ciudad que concentran usos del suelo normativamente establecidos y relacionados directamente con las actividades soporte para el desarrollo de la actividad turística, tales como la planta turística principal y complementaria, la existencia de espacios públicos de permanencia (parques, plazas y plazoletas), así como de la localización de atractivos turísticos de jerarquía nacional e internacional, e infraestructuras, que permiten desarrollar la puesta en valor de las mismas, y la consolidación del turismo en la ciudad.(2008, p.9).

A su vez, hay que tener conocimiento de la definición de “impacto turístico”, término que Jorge Valencia (2002), denomina impacto del turismo, y lo explica como “aquellos cambios que se producen como consecuencia de la aparición y el desarrollo de la industria turística” (párr. 1).

Sumado a lo anterior, se alude al concepto de derrama económico y su importancia para el desarrollo del turismo que según Leguizamón (s.f.) se da “gracias a su encadenamiento e interrelación multiempresarial de esta actividad, el denominado <<derrama>> económico se evidencia por la mayor afluencia de turismo internacional, el mayor consumo turístico y la ocupación de los facilitadores de servicios turísticos”.

Marco contextual

Según el Documento Técnico de Soporte Plan Maestro de Turismo de Bogotá (2011), la zona Corferias pertenece a la localidad de Teusaquillo y la Unidad de Planeamiento Zonal (UPZ) denominada Quinta Paredes (p.83). No obstante, se estipula que la zona Corferias, para efectos de la presente investigación, se delimita desde carrera 50 entre la calle 22 hasta la calle 26, por la calle 22 hasta las Américas conectando hasta la carrera 33, siguiendo hasta la calle 26. A continuación se presenta la figura 1, en la cual se delimita la zona:

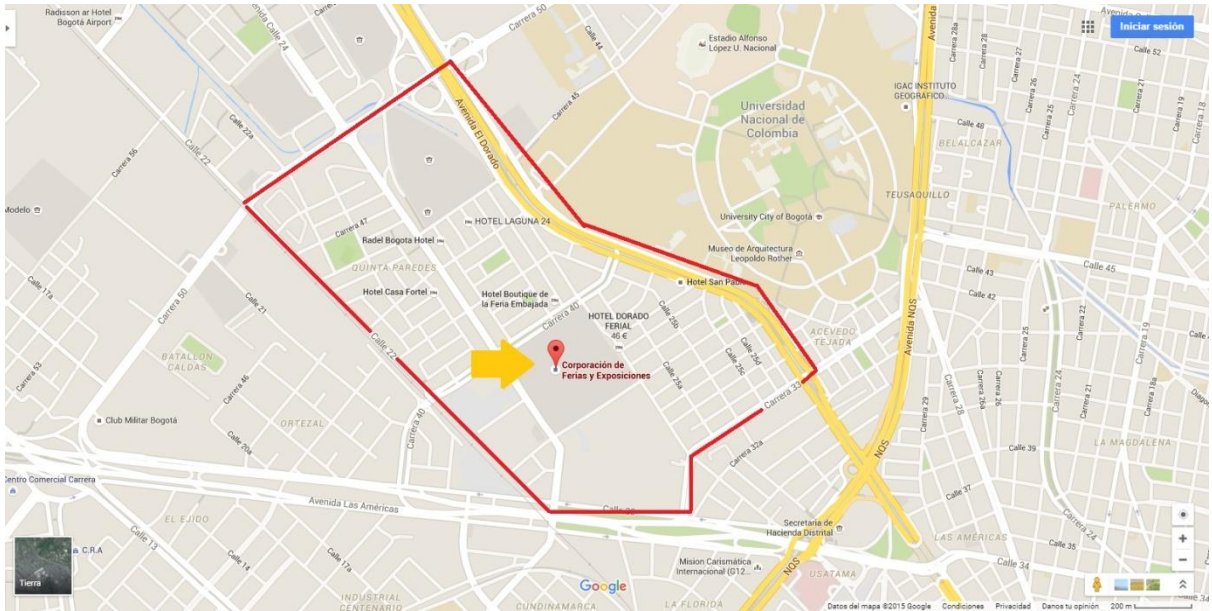


Figura 1. Zona de Corferias considerada objeto de estudio. Tomado de: Google Maps (2015).

La selección de la localización se sustenta en que se evaluó, a través de un proceso de observación, que la zona es el principal foco de concentración de prestadores de servicios turísticos, servicios conexos y facilidades que soportan la actividad turística que se focaliza en cercanía con el centro de ferias y exposiciones conocido como Corferias.

Para comprender el contexto histórico en el que se ha desarrollado el turismo de negocios en Corferias, es necesario remontarse a hace 60 años cuando la zona era más rural que urbana y habían fincas en vez de grandes edificios., es posible comprender que la zona debe su nombre al dueño de una gran finca de la época que se llamaba Demetrio Paredes (Enlac-corferias, 2014)., se encuentra que con la aparición de la figura de localidad, causada por la denominación de Bogotá como Distrito Capital, se determina que a Teusaquillo pertenece la zona Quinta Paredes (“Localidad de Teusaquillo”, 2013, párr.1.).

El mayor atractivo turístico que ha consolidado el crecimiento del turismo de negocios en la zona es la Feria Internacional de Bogotá conocida como Corferias, creada el 8 de junio de 1954, siendo la primera Feria de Exposición Internacional y posteriormente tomó reconocimiento como la Feria Internacional de Bogotá (Corferias, 2014). En consecuencia, los alrededores de la zona empezaron a evolucionar y con el paso de los años inicia la llegada de establecimientos comerciales, hoteles, restaurantes, parqueaderos, zonas residenciales, entre otros (El Tiempo, 2008); lo cual genera la aparición de la actividad turística por llegada de turistas que llegan porque van a asistir a algún evento, congreso o convención de la ciudad o simplemente porque van a hacer negocios.

Los aspectos políticos y legales que rigen a Corferias están dados por la Alcaldía Local de Teusaquillo desde el marco normativo conformado por la Ley 232, el Decreto 1421, el Código de Policía, el Estatuto Anticorrupción y la Ley Anti trámites. (Alcaldía Local de Teusaquillo, 2014). Asimismo, es necesario mencionar que todas las políticas distritales de Bogotá aplican al desenvolvimiento de cualquier actividad económica, social, ambiental y/o cultural que se realice en Corferias.

Aunado a lo anterior, la Cámara de Comercio de Bogotá juega un importante papel en el desarrollo de las actividades económicas de la zona en la medida que es la principal accionista del Centro Internacional de Negocios y Exposiciones (Corferias), sumado al hecho de que establece la regulación y control de los establecimientos comerciales de la ciudad, y en consecuencia de la zona (Corferias, 2014, párr.1-24).

Capítulo II: Metodología para evaluación del impacto turístico

La metodología se enmarca en los llamados estudios cuasi experimentales y los de comparación, con o sin consecuencias derivadas de un diseño experimental o diseño de un programa. En el caso del turismo la medición de un impacto turístico se basa en la comparación entre los resultados encontrados en una zona con presencia de un proyecto, programa o tipología de turismo y los que son observados en ausencia de estos. De esta manera, es posible encontrar que esta premisa se aplica a Corferias, debido a que es una zona de interés turístico.

De esta manera se definen los siguientes pasos básicos para medir el impacto turístico:

a. Identificar una zona experimento (tratamiento) y una zona control

En los modelos cuasi experimentales aplicados en economía se utiliza un grupo tratamiento y control (Bernal & Peña, 2011, p.72). Para el caso del turismo se plantea que se debe identificar una zona experimento y una zona control. Para este estudio, la zona experimento (tratamiento) será Corferias y la zona control será La Candelaria. La fundamentación del método está basada en que tanto la zona experimental y la zona control mantengan una serie de características coincidentes, en este caso que ambas son consideradas Zonas de Interés Turístico (ZIT) en Bogotá, de manera que al realizar las mediciones sea posible encontrar las características que puedan ser atribuidas únicamente a la presencia o influencia del programa, política o tipología de turismo.

Es así como para este estudio se toman dos zonas, en este caso localidades comparables, pues ambas tienen influencia turística, pero evidentemente las tipologías de turismo son diferentes (negocios y cultural). Lo que se busca es medir el impacto que el denominado turismo

de negocios ha tenido en el desarrollo de la localidad de influencia, y que no puede ser atribuible a ser una zona de influencia turística.

Por lo tanto, se realizan mediciones o valoraciones de acuerdo con la tipología de turismo que tiene la zona de Corferias, en este caso de negocios, y a su vez en la zona control en donde hay ausencia de esta tipología. De manera que el método establece los efectos que se obtienen (impactos) por parte de la zona Corferias siendo la zona experimental versus La Candelaria, a la cual no se le aplican las mediciones, dado que no presenta un turismo de negocios.

Esta primera parte del desarrollo de la metodología, la cual está completamente adaptada al turismo, se puede sintetizar a través de tres aspectos fundamentales adaptables a cualquier tipología de turismo, siendo así, pertinente presentar una gráfica que visualiza esta primera parte de la metodología de una manera más sencilla y concreta (Ver figura 2).

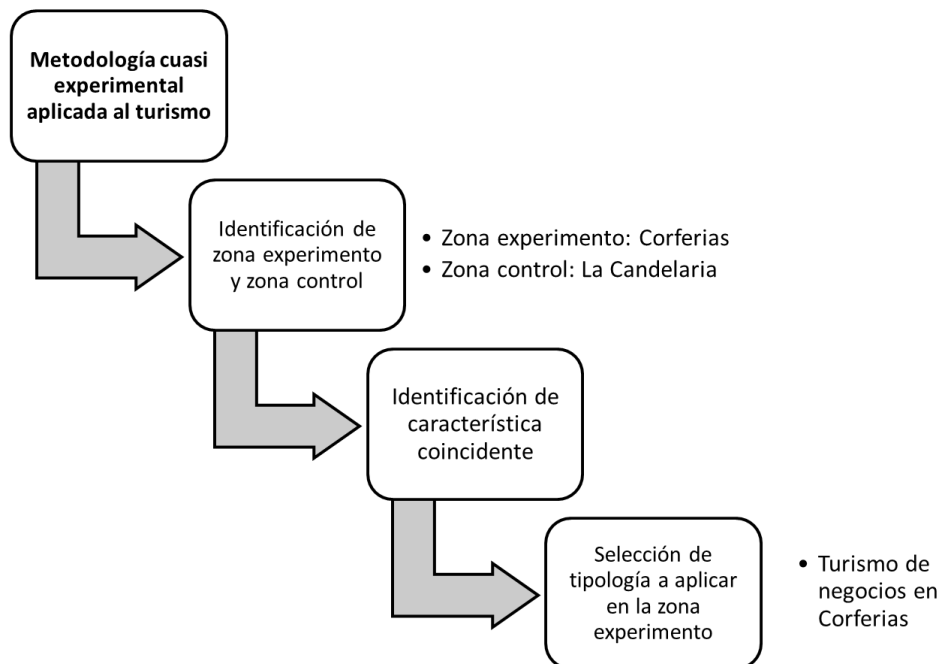


Figura 2. Primera parte del desarrollo de la metodología cuasi experimental adaptada al turismo.

b. Definir variables de impacto de la zona experimento y la zona control

Las variables de impacto de la zona experimento y la zona control varían de acuerdo con el proyecto, programa o política que se esté estudiando (Bernal & Peña, 2011, p.63). A razón de que la metodología se adapta al turismo se tienen en cuenta las características principales de la tipología que predomina en la zona experimento. Para Corferias se aplicará la tipología de turismo de negocios, siendo la tipología de turismo principal de la investigación. Las variables de impacto a tomar en cuenta se definen así: ι es la zona tratamiento, a la que se le aplica la tipología turística, representada como el indicador χ . Es decir, si a la zona tratamiento se le aplica la tipología tendrá una variable de resultado, siendo esta $\beta(\chi\iota)$ la cual es una variable que representa a la tipología de turismo de negocios en la descripción de la función con el propósito de ejemplificar la metodología con una simbología de letras funcionales en este caso se usó el símbolo β . Posteriormente, se identifica con un uno (1) cuando aplica la tipología turística, y en el caso en que la tipología sea ausente se identifica con un 0. De manera que el efecto de la variable sobre la zona se puede escribir así: $\tau\iota = \beta\iota(1) - \beta\iota(0)$ (Bernal & Peña, 2011, p.82).

Luego de comprender la lógica, de las variables identificadas anteriormente, se deben definir cuáles serán los actores de la zona tratamiento que serán objeto de aplicación de las variables. Para el caso de Corferias se tendrá en cuenta la oferta turística presente en la zona de estudio, la demanda turística y la percepción de la población que reside en la zona. En esta parte de la investigación se realizó una base de datos para la oferta turística (Ver tabla 1 y 2), en la que a manera de listado se identificaron los principales prestadores de servicios turísticos, de forma que se clasificaron: los establecimientos de alojamiento y hoteles registrados en el Registro Nacional de Turismo (RNT).

Se presenta una figura que recopila los aspectos claves que se deben realizar en esta segunda parte del desarrollo de la metodología de trabajo (Ver figura 3).

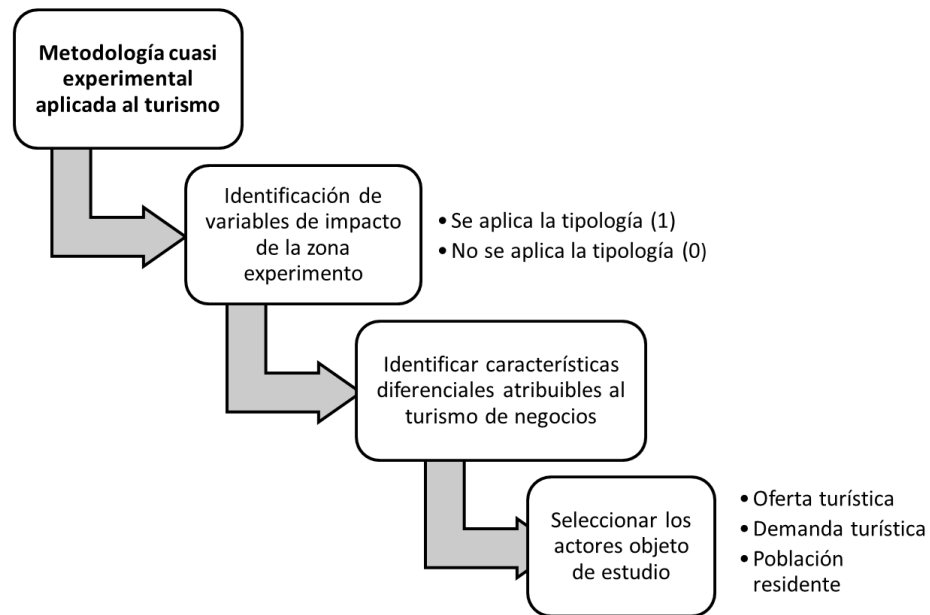


Figura 3. Segunda parte del desarrollo de la metodología cuasi experimental adaptada al turismo.

c. Diseño de instrumentos de recolección de información

Adicional a la metodología cuasi experimental se utilizó la cuantitativa que “se basan en el uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando” (Cascañt & Hueso, 2012, p.1). En consecuencia, fue necesario diseñar instrumentos de recolección de información, en este caso las encuestas para oferta turística (hoteles), demanda turística (turistas) y población residente para la zona experimento y la zona control.

Se consideró que para el diseño de las encuestas se debe seguir un proceso que cuenta con cuatro pasos fundamentales que son: el diseño de preguntas y respuestas, construcción de las

encuestas, revisión de las encuestas y el resultado de las encuestas listas para su aplicación (Ver figura 4).

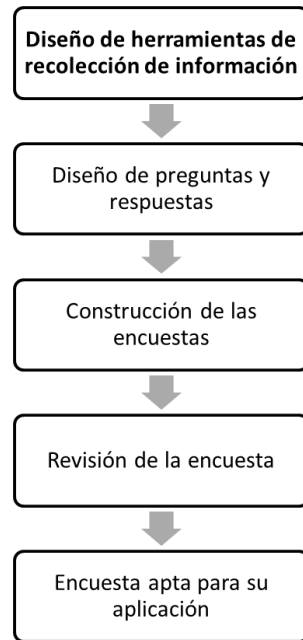


Figura 4. Pasos para el diseño de encuestas como instrumento de recolección de información.

d. Aplicación de la metodología cuasi experimental al turismo

Según Bernal & Peña (2011), la metodología cuasi experimental se define como “un tipo de marco no experimental que produce resultados “como si fuera” un experimento aleatorio, denominado experimento natural o cuasi experimento. En estos casos, un evento ocasiona una asignación entre tratamiento y control con características similares a las que se obtendría un experimento aleatorio controlado” (p.69).

Esta definición al ser aplicada a ámbitos de carácter social y económico es totalmente adaptable a tipologías de turismo como lo es el caso de los viajes de negocios en Corferias, pero es necesario contar con los instrumentos de recolección de información denotados

anteriormente para poder observar las condiciones de la zona experimento y control. De esta manera se continua con la figura que representa la aplicación de la metodología al ámbito turístico (Ver figura 5).

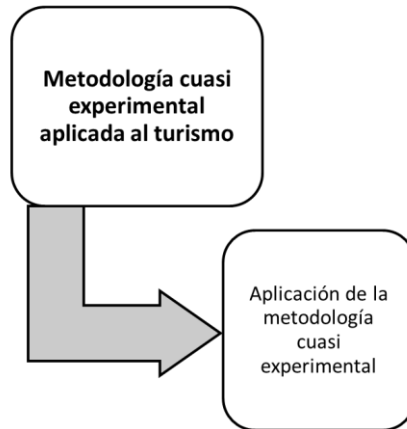


Figura 5. Tercera parte del desarrollo de la metodología cuasi experimental adaptada al turismo.

e. Medición del impacto turístico en la zona tratamiento o experimento

Para la medición del impacto turístico es necesario determinar unos indicadores de impacto turístico que se definieron teniendo en cuenta la oferta turística, la demanda turística y la población residente. Los indicadores de impacto permiten que se puedan identificar las características de la zona y la percepción de los cambios que el turismo ha traído cada zona, teniendo en cuenta la oferta, la demanda y la población residente. No obstante, la zona objeto de medición de impacto turístico es la determinada como zona experimento. Por lo tanto, la zona control tan solo es un eje de comparación. Lo anterior, permite dar cuenta que en esa zona hay ausencia de características, que podrían atribuir el desarrollo de un turismo totalmente distinto al de la zona experimento.

Para efectos del presente trabajo se definieron unos indicadores de impacto turístico que son considerados relevantes para la medición del mismo, es decir que estos son elegidos de acuerdo con las tipologías de turismo y los aspectos de estudio que se quieren cuantificar (Ver tabla 3). Estos indicadores se definen en las mismas categorías de análisis que se han planteado en el desarrollo de la investigación.

Tabla 3

Indicadores de impacto turístico para la zona Corferias

Oferta turística	Demanda turística	Población residente
Número de prestadores de servicios turísticos en la zona	Motivo de visita del turista	Percepción frente a la llegada del turismo de negocios
Número de empleos generados por la actividad turística	Gasto turístico realizado por el período de tiempo pernoctado	Valorización del metro cuadrado de la zona
Inversiones en la zona causado por el turismo de negocios	Estimación del gasto de expositores	Percepción frente a la seguridad de la zona
Número de nuevos prestadores turísticos	Incremento de llegada de viajeros por negocios	Cambios en el ordenamiento territorial
Cantidad de congresos, convenciones, ferias y exposiciones	Número de asistentes a congresos, convenciones,	Incremento en impuestos,

anuales	ferias y exposiciones	servicios públicos y
Número de centros de congresos y convenciones		Percepción frente al entorno ambiental de la zona

Capítulo III: Trabajo de campo y procesamiento de datos

3.1. Prueba piloto de las encuestas en la zona Corferias

La prueba piloto se realizó para identificar si las preguntas y respuestas diseñadas eran claras para las personas a las cuales se les iba a aplicar la encuesta. Adicionalmente, evaluar la tendencia de respuesta de los encuestados.

Se hicieron quince encuestas en la zona Corferias a cinco hoteles, cinco turistas y cinco personas residentes de la zona que permitieron dar cuenta de la necesidad de hacer modificaciones para facilitar la recolección de información y el análisis de la misma.

A continuación, se presentan los resultados de la prueba piloto aplicada en Corferias:

- **Oferta turística**

Los hoteles a los cuales se les aplicó la encuesta fueron: Casa Forte, Hotel NH Bogotá, Hotel Confort House, Hotel DC Feria y el hotel Santafé Real. La encuesta aplicada tenía diez preguntas relacionadas con los indicadores de impacto seleccionados para el presente estudio. Las respuestas obtenidas fueron tabuladas y graficadas para tener un acercamiento a la percepción de las preguntas y las respuestas de los hoteles encuestados. Se destacan las respuestas obtenidas en la pregunta número 4, 6 y 8 (ver figura 6,7 y 8) en donde se puede observar que el 80% de los hoteles encuestados están generando entre 1 y 5 empleos. También, se puede ver que en promedio el 65% de las personas que se alojan en estos hoteles van por motivos de negocios y el 80% de los empresarios consideran que el mayor aporte que les ha traído el turismo es la llegada de más clientes. Las gráficas de los resultados obtenidos en las otras preguntas muestran la tendencia de las respuestas obtenidas, indicando la posible tendencia de respuestas de los hoteles en el momento de aplicar la encuesta a la muestra total (ver figura 9 a 15).

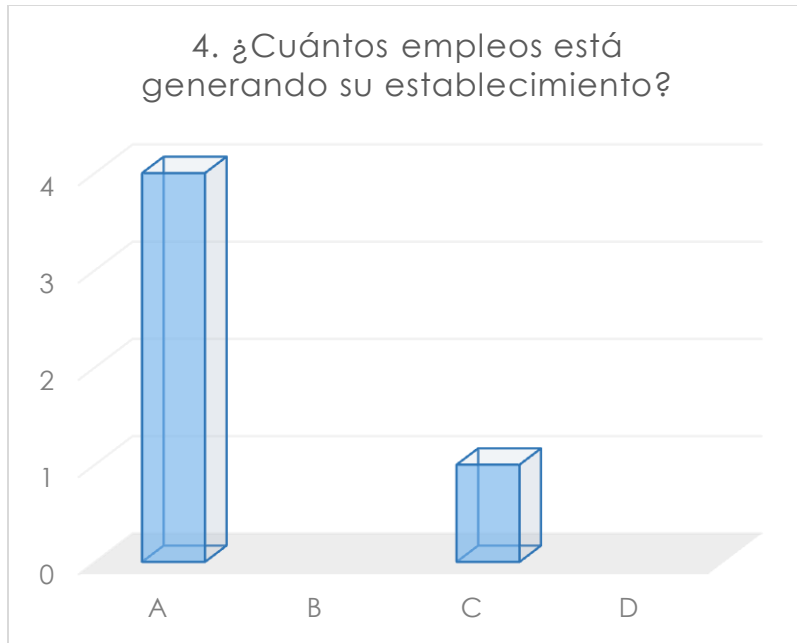


Figura 6. Gráfica resultados prueba piloto para oferta turística pregunta número 4.

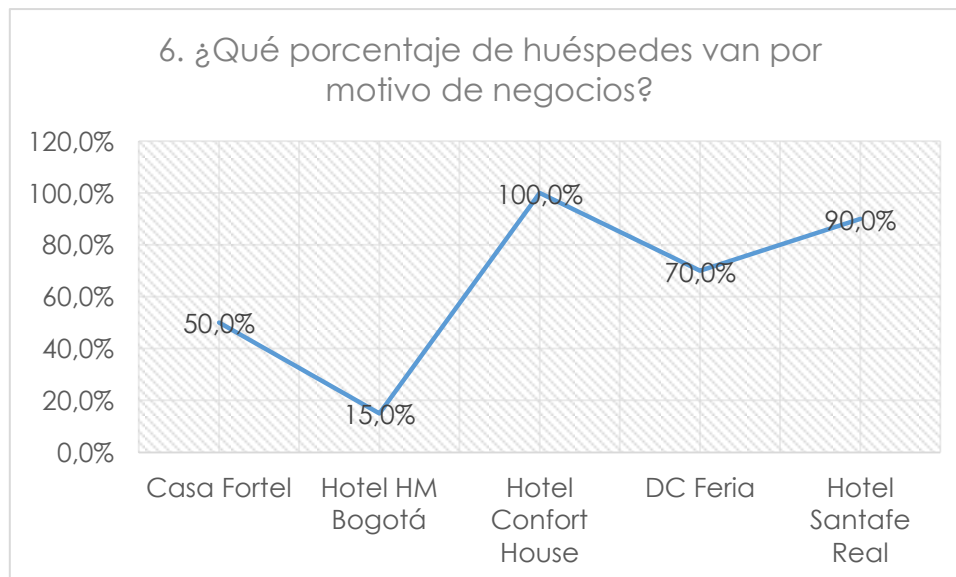


Figura 7. Gráfica resultados prueba piloto para oferta turística pregunta número 6.

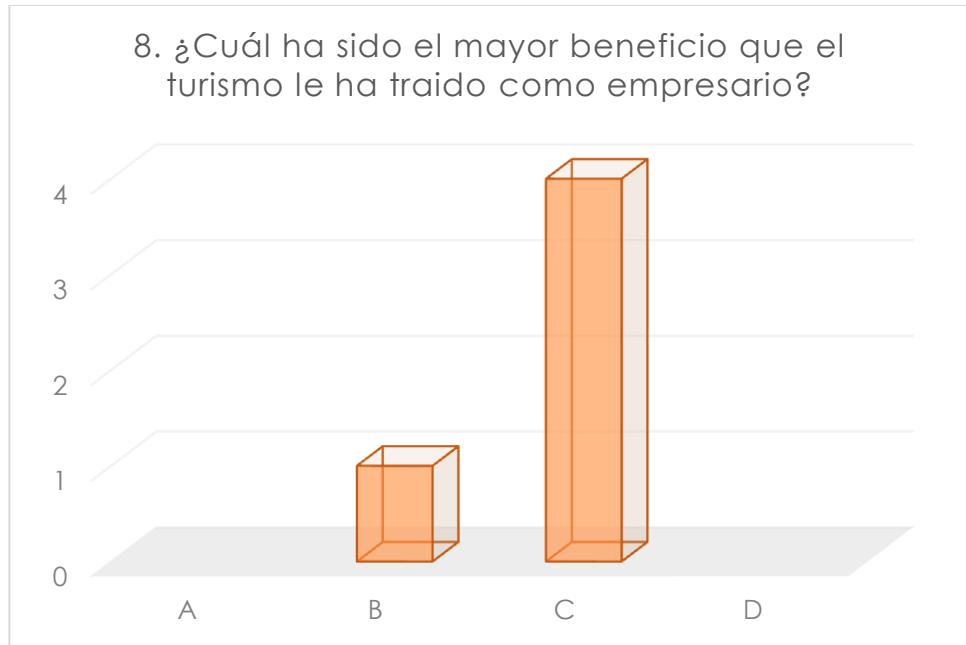


Figura 8. Gráfica resultados prueba piloto para oferta turística pregunta número 8.

○ **Demanda turística**

Las encuestas aplicadas para la prueba piloto se realizaron a cinco turistas tres de nacionalidad colombiana, uno mexicana y otra venezolana. Se destacan las respuestas de las preguntas 10, 11 y 12 en donde se observa que en promedio los encuestados gastan \$60.000 diariamente en su visita a la zona Corferias. Adicionalmente, los rubros que más gastos generan son en alojamiento y transporte local estas preguntas fueron graficadas y se presentan en la figura 16.

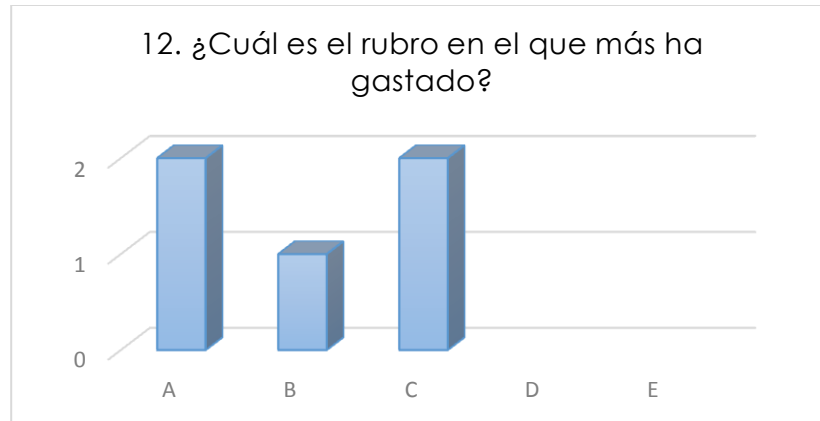


Figura 16. Gráfica resultados prueba piloto para demanda turística pregunta número 12.

○ **Población residente**

La población residente tomada para este estudio piloto fue de la zona Corferias, específicamente residentes cercanos a la zona. Las preguntas se enfocaron en conocer acerca de la percepción de los habitantes sobre la llegada del turismo en cuanto a temas referentes a seguridad, valorización de la zona, medio ambiente, etc. Las respuestas fueron tabuladas y graficadas, teniendo como referencia la respuesta de cinco residentes de Corferias (ver figura 17 a 19). Como un análisis básico se consideraron las respuestas obtenidas en la pregunta 4, 6 y 7 en donde se encontró que el 60% de los encuestados consideran que la seguridad en la zona ha mejorado gracias al turismo y el 40% considera que ha empeorado, es decir que es necesario contrastar este primer hallazgo con los resultados obtenidos en la muestra final para corroborar cuál es la verdadera percepción frente al tema. Asimismo, el 80% considera que sí debe continuar el desarrollo turístico de la zona y el 20% que no debería seguir. En cuanto a la participación de los residentes en materia turística el 60% de los encuestados ha asistido a Corferias y en su mayoría respondieron que a la Feria del Hogar y a Agro Expo (ver figura 22 y 23).

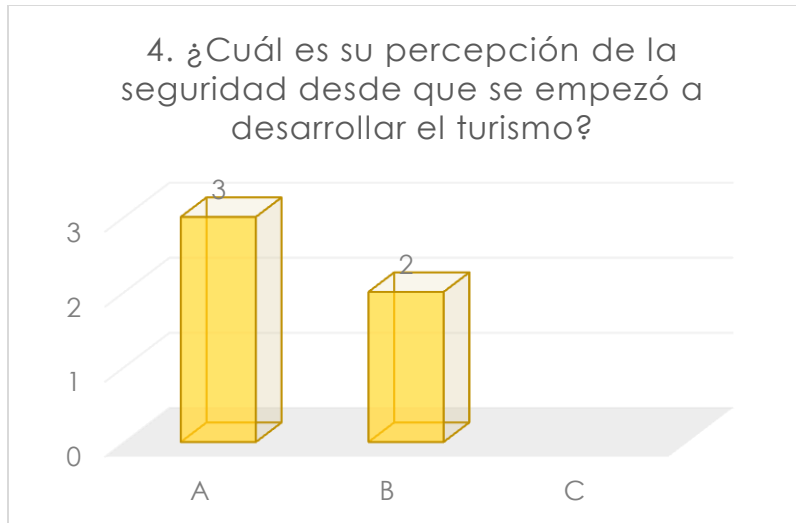


Figura 17. Gráfica resultados prueba piloto para población residente pregunta número 4.

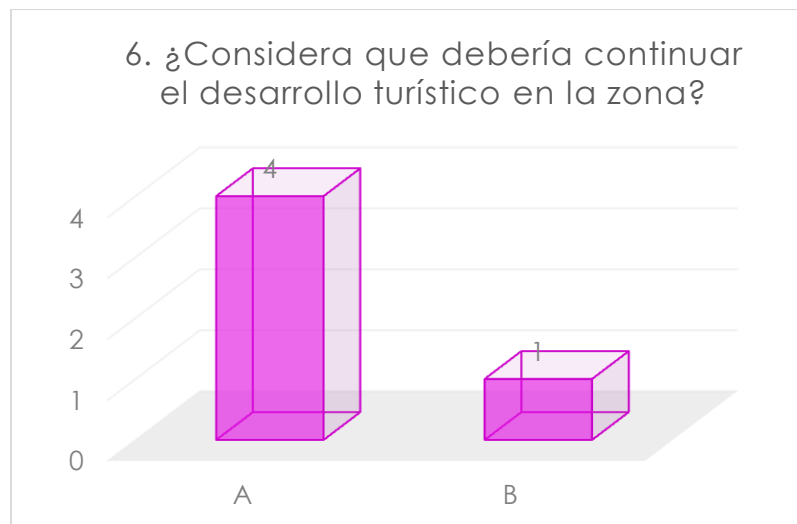


Figura 18. Gráfica resultados prueba piloto para población residente pregunta número 6.

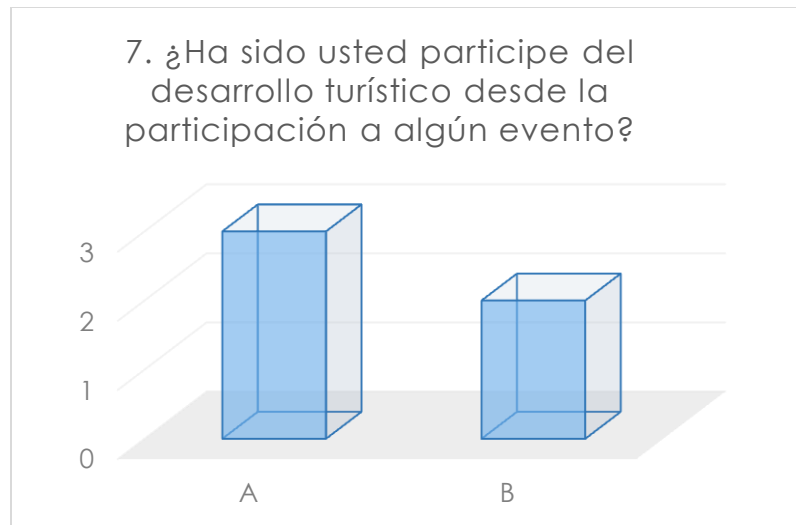


Figura 19. Gráfica resultados prueba piloto para residentes pregunta 7.

3.2. Trabajo de campo en la zona experimento y control

Para el desarrollo del trabajo de campo, en la zona experimento y control, se tomaron las encuestas para la oferta turística, demanda turística y población residente (ver anexo 1 a 3). De manera que, se desarrollan a partir de este subcapítulo los resultados después de la validación del instrumento.

Para el caso de la oferta turística se tomaron en cuenta prestadores turísticos como hoteles, restaurantes y agencias de viajes que cumplieran con los siguientes criterios:

- a) Tener Registro Nacional de Turismo (RNT)
- b) Estar localizado en zona de influencia turística

Teniendo en cuenta lo anterior, se consideró necesario realizar una base de datos para la zona experimento y la zona control en la que se filtraron los prestadores turísticos que cumplían con los dos parámetros mencionados anteriormente. Posteriormente, se filtraron los prestadores

turísticos que respondieron a la encuesta y se totalizaron 45 hoteles y restaurantes para la zona Corferias y 22 hoteles y restaurantes para la zona de La Candelaria.

- **Resultados encontrados en la demanda turística**

Inicialmente se aplicaron las encuestas a los turistas, en donde de acuerdo con una estimación muestral, se estableció que en total se debían realizar ciento veinte (120) encuestas a turistas. De ese total estimado la mitad, es decir sesenta (60), se aplicaron en la zona experimento y las restantes en la zona control.

La muestra realizada se dio a partir de “una estimación puntual del valor de un parámetro poblacional desconocido (como puede ser la media o la desviación estándar), es un número que se utiliza para aproximar el valor de dicho parámetro poblacional” (Angel & Sedano, s.f., p.2).

Adicionalmente, se puede complementar la información anterior con la definición de un estimador puntual definido como “un valor que puede ser considerado representativo de θ y en algunos estudios se indicará $\hat{\theta}$. Se obtiene a partir de alguna función de la muestra” (Bianco & Martinez, 2004, p.161).

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada una de las zonas:

- **Turistas zona experimento: Corferias**

De acuerdo a las sesenta (60) encuestas aplicadas a turistas se obtuvo que, en su totalidad, fueron contestadas por personas de nacionalidad colombiana, de los cuales el 46,67% eran hombres y el 45% mujeres. El 53,33% de los encuestados tenía entre veintiséis (26) y cuarenta y cinco (45) años; seguido por un 30% que respondió tener cuarenta y seis (46) y sesenta y cuatro

(64) años; continuando con un 13,33% que dijo que tenía entre dieciocho (18) y veinticinco (25) años y finalmente un 8,33% eran menores de dieciocho (18) años.

Adicionalmente, se encontraron resultados referentes a la percepción del turista de Corferias en donde se preguntó sobre el acceso a la zona, la seguridad, los precios de los establecimientos comerciales y la información turística recibida. A continuación, se presentan los gráficos de las respuestas de este ámbito (ver figura 25 a 28).

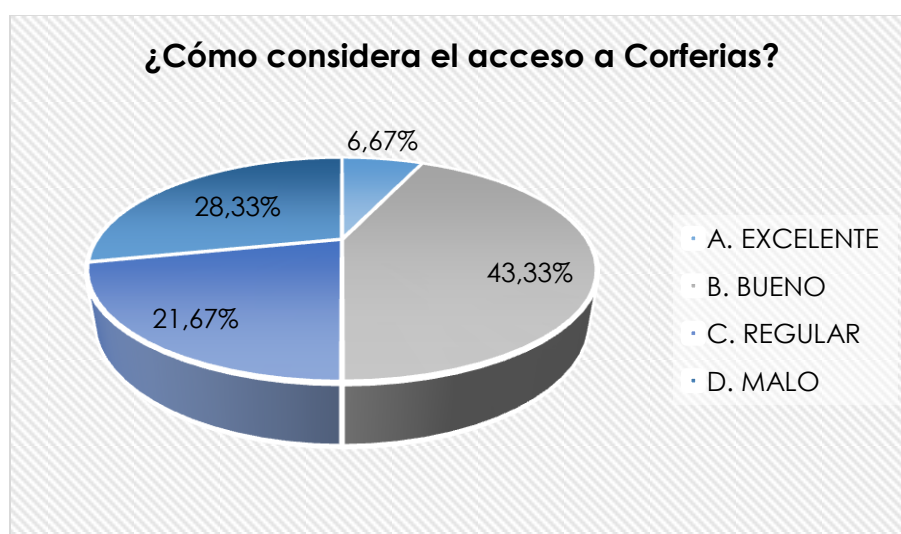


Figura 25. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 5.

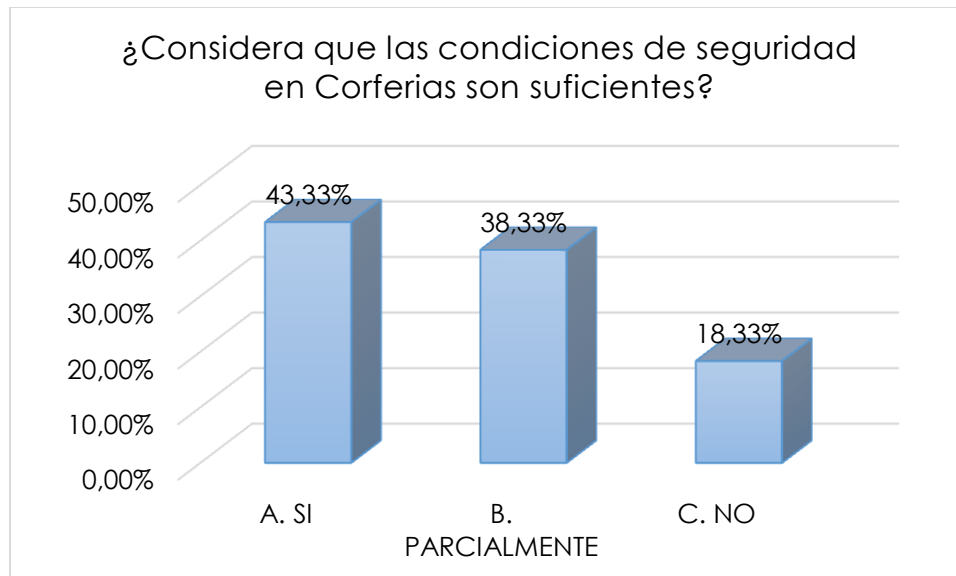


Figura 26. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 6.

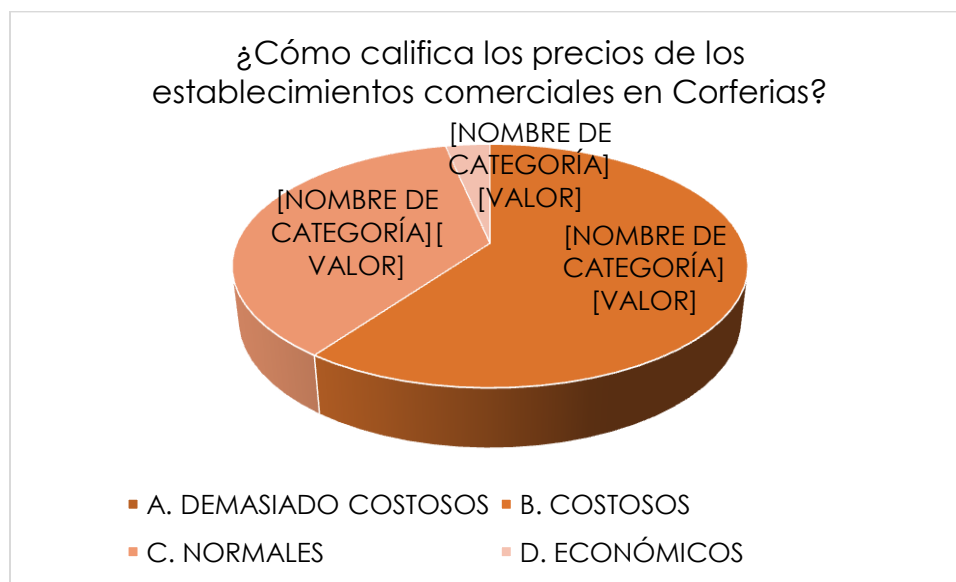


Figura 27. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 7.

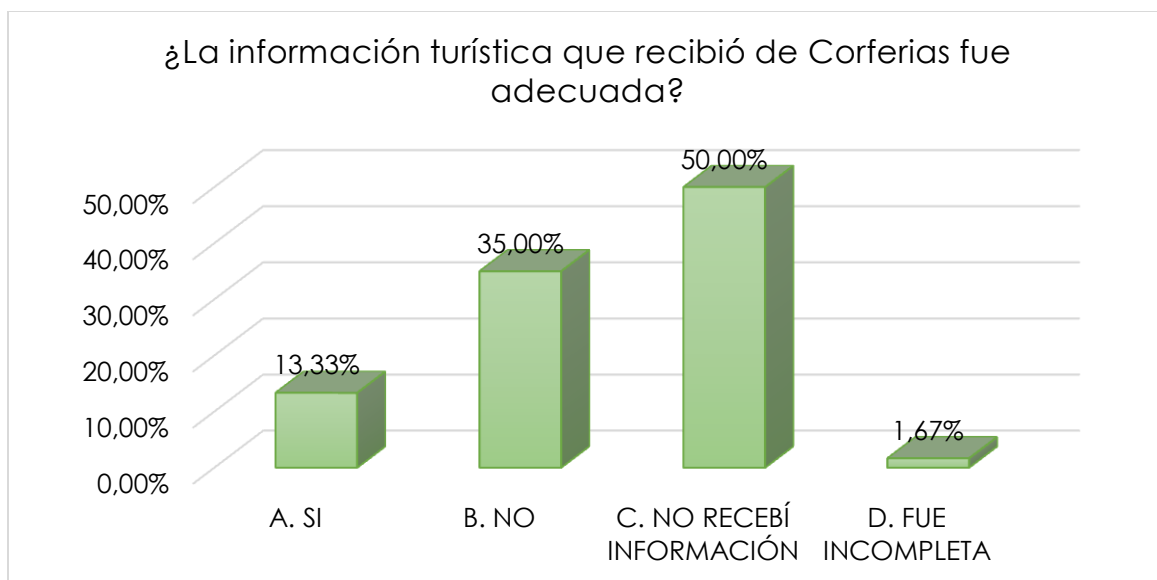


Figura 28. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 8.

Adicionalmente, se preguntó al turista sobre las características del viaje para poder perfilar el tipo de turista que visita la zona. A través de las siguientes gráficas se presentan las respuestas de los turistas encuestados (ver figura 29 a 34).

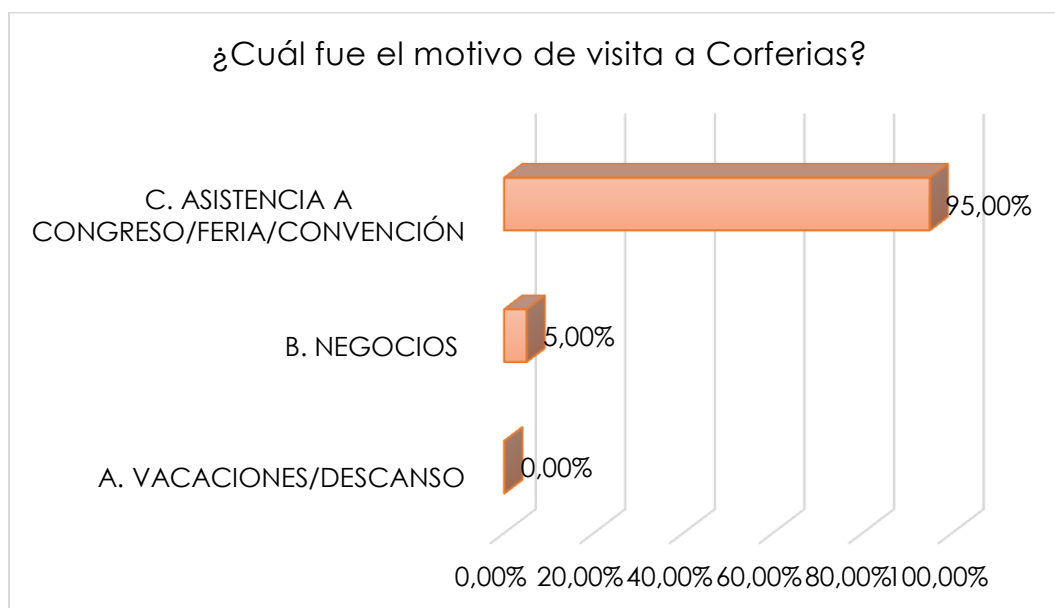


Figura 29. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 9.

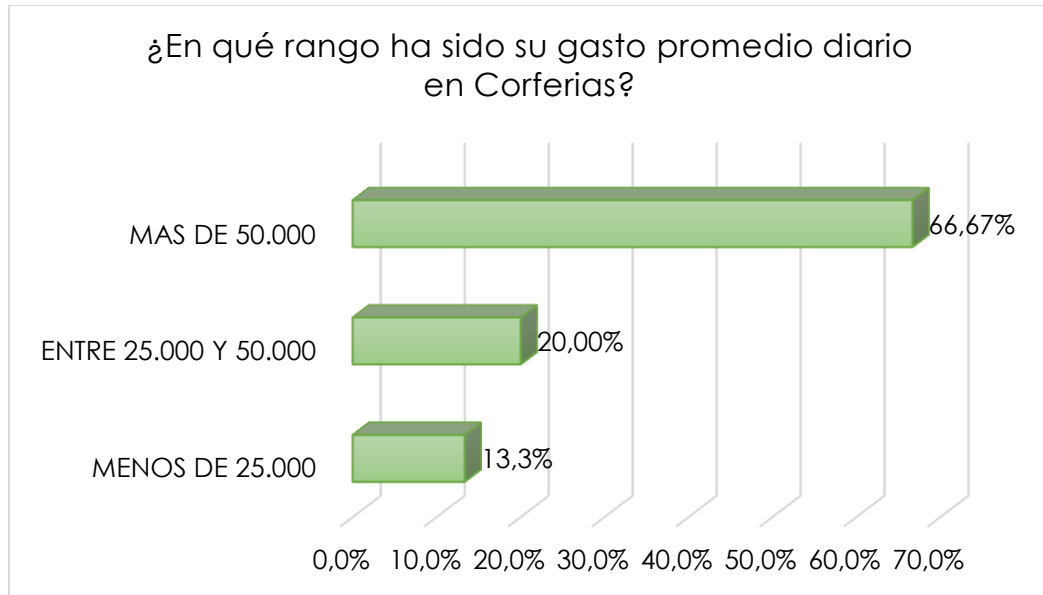


Figura 30. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 10.

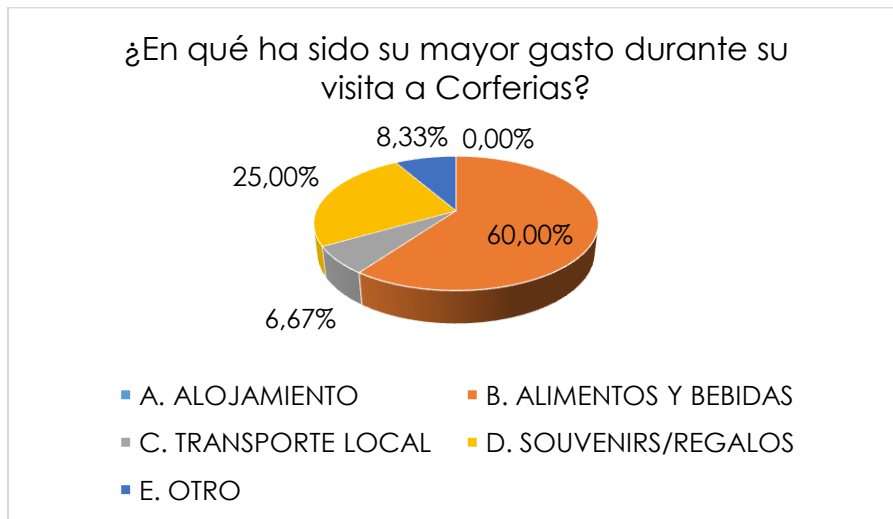


Figura 31. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 11.

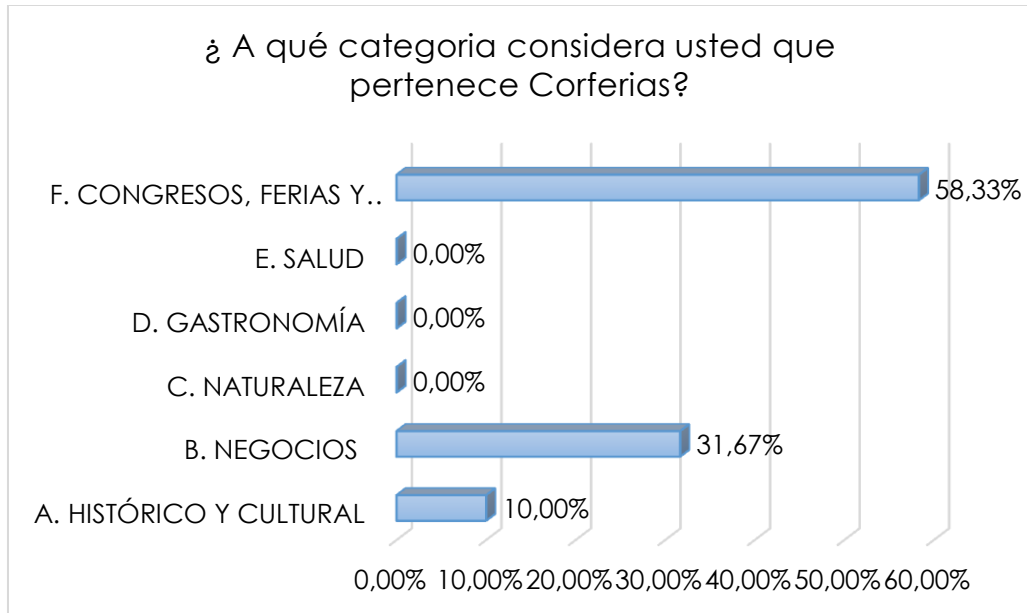


Figura 32. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 12.

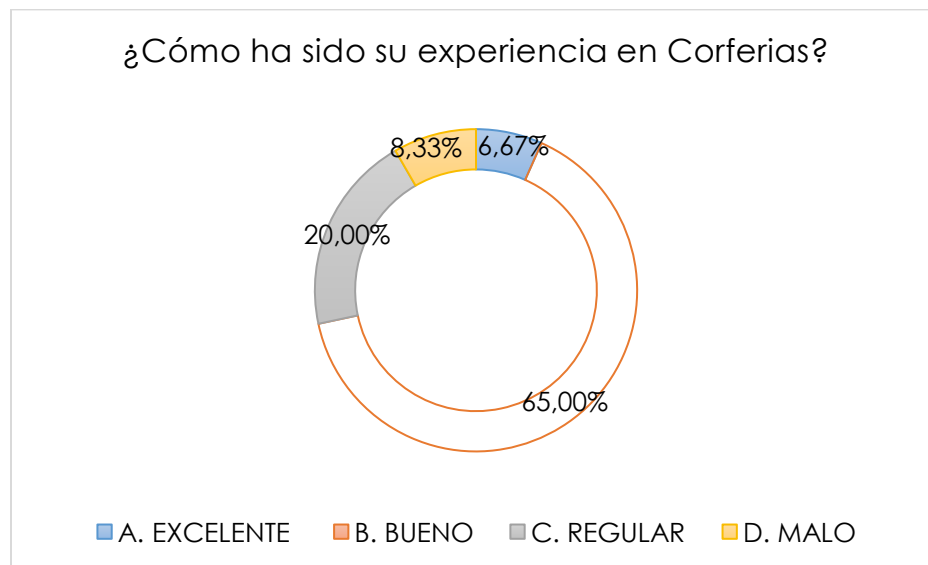


Figura 33. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 13.

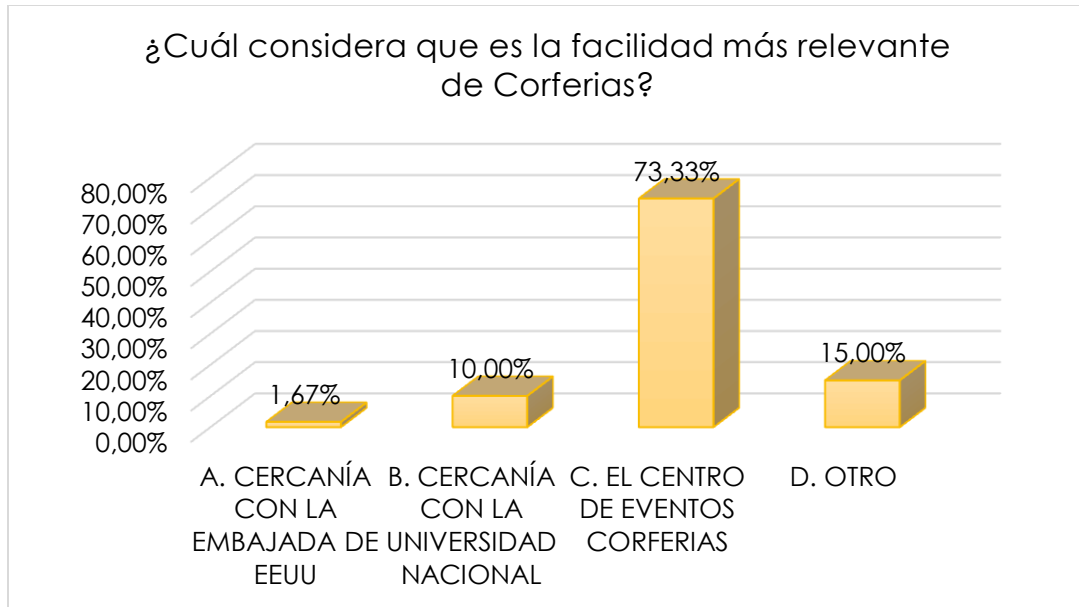


Figura 34. Gráfica resultados encuesta a turistas en Corferias pregunta 14.

- **Turistas zona control: La Candelaria**

De las sesenta (60) encuestas realizadas cincuenta y cinco (55) las respondieron turistas de Suramérica, tres (3) por turistas de Norteamérica y dos (2) turistas de Europa, de las cuales el 46,67% fueron contestadas por hombres y el 53,33% por mujeres. Asimismo, es importante mencionar que el 30% de los encuestados están en un rango de edad entre cuarenta y seis (46) y sesenta y cuatro (64) años; seguido por turistas entre dieciocho (18) y veinticinco años (25) con un 28,33% y 26,67% entre veintiséis (26) y cuarenta y cinco (45) años.

Asimismo, como se graficaron las preguntas referentes a percepción de la zona y características del perfil del turista en Corferias, se plasmaron las respuestas de los turistas

encuestados en La Candelaria. La única pregunta distinta fue la última, debido a que en Corferias se preguntó sobre las facilidades de la zona, en cambio, en La Candelaria se hizo pregunta a los atractivos turísticos (ver figura 35 a 44).

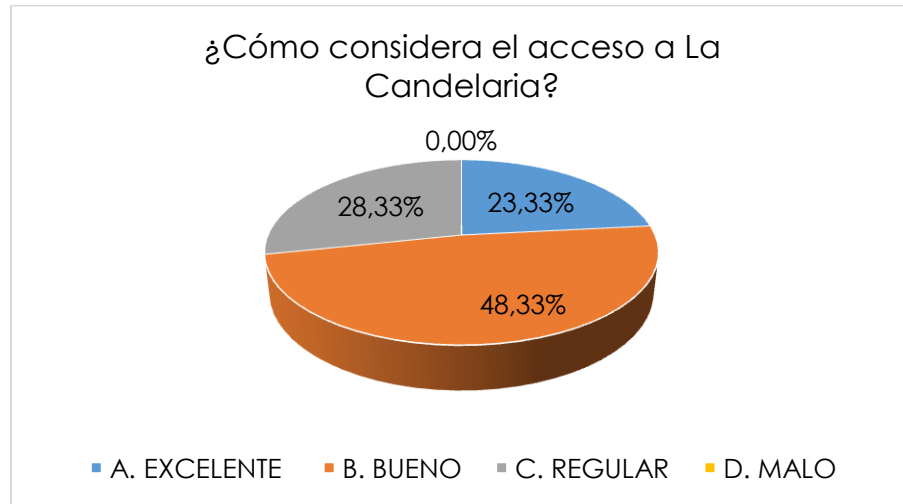


Figura 35. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 5.

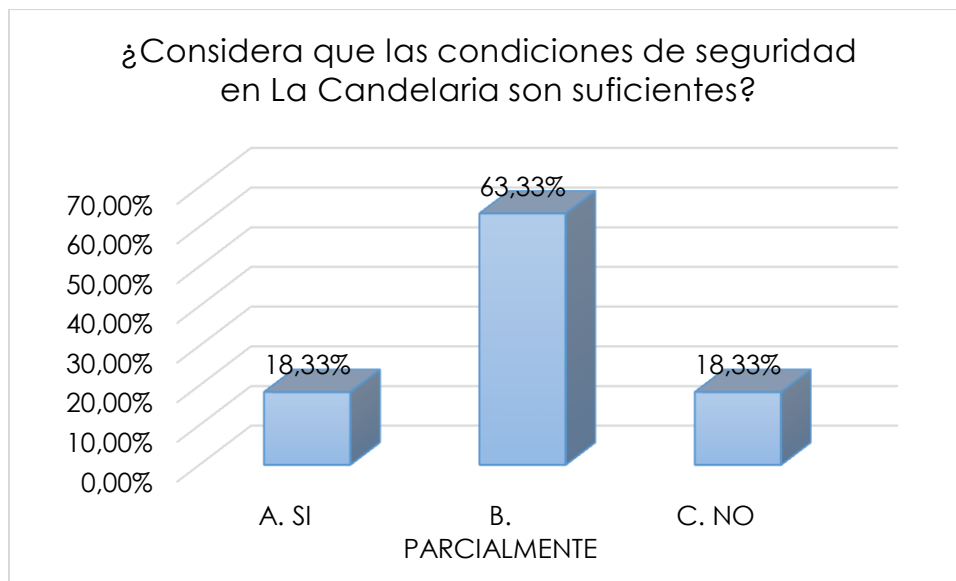


Figura 36. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 6.

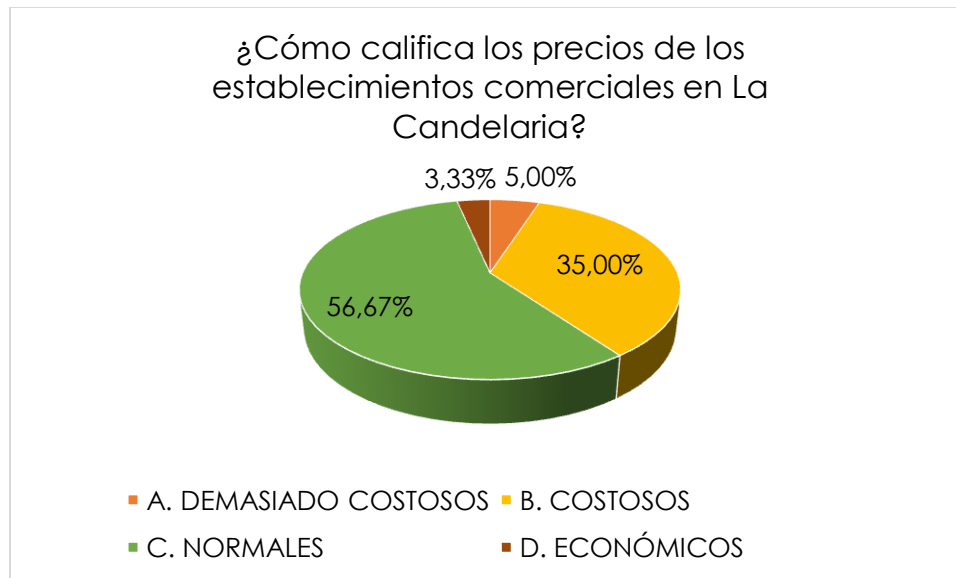


Figura 37. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 7.

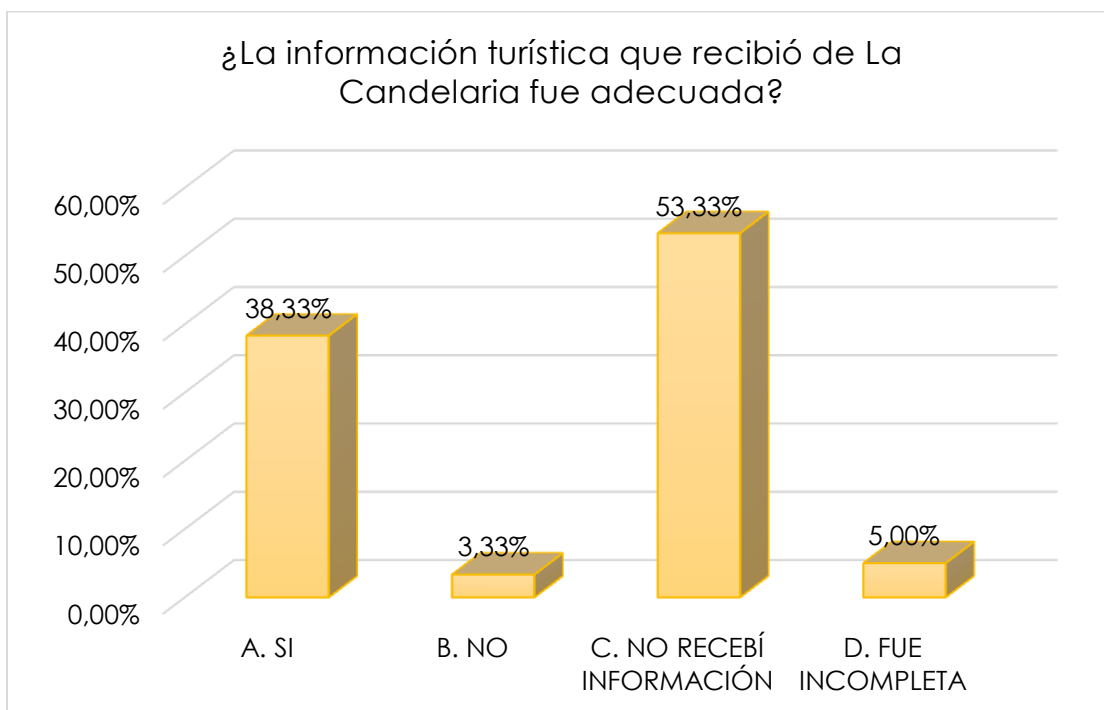


Figura 38. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 8.

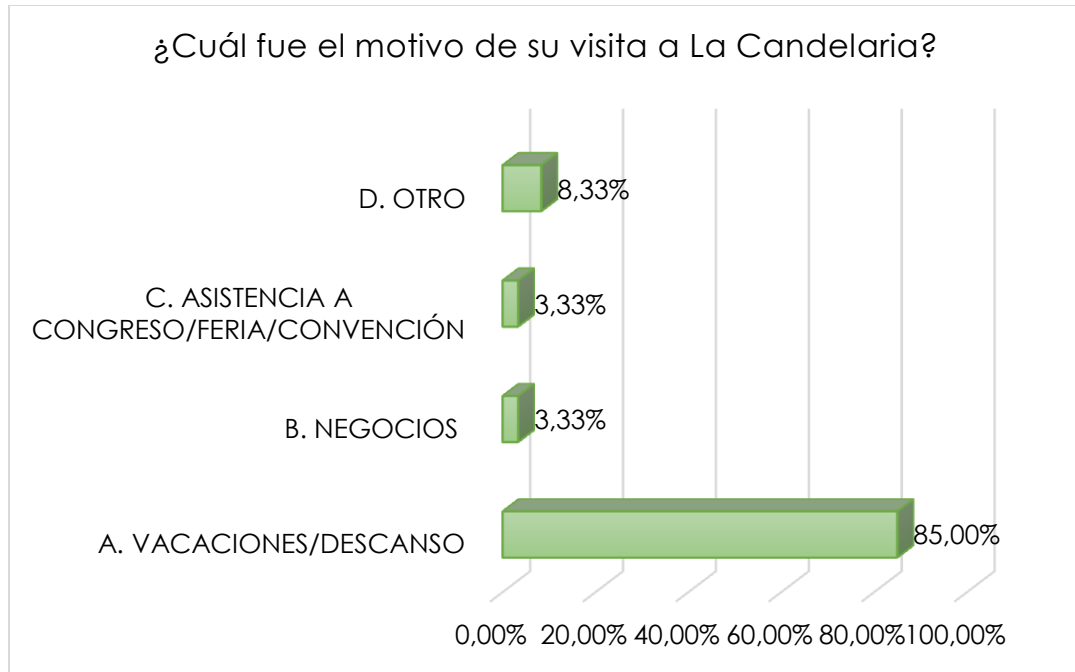


Figura 39. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 9.

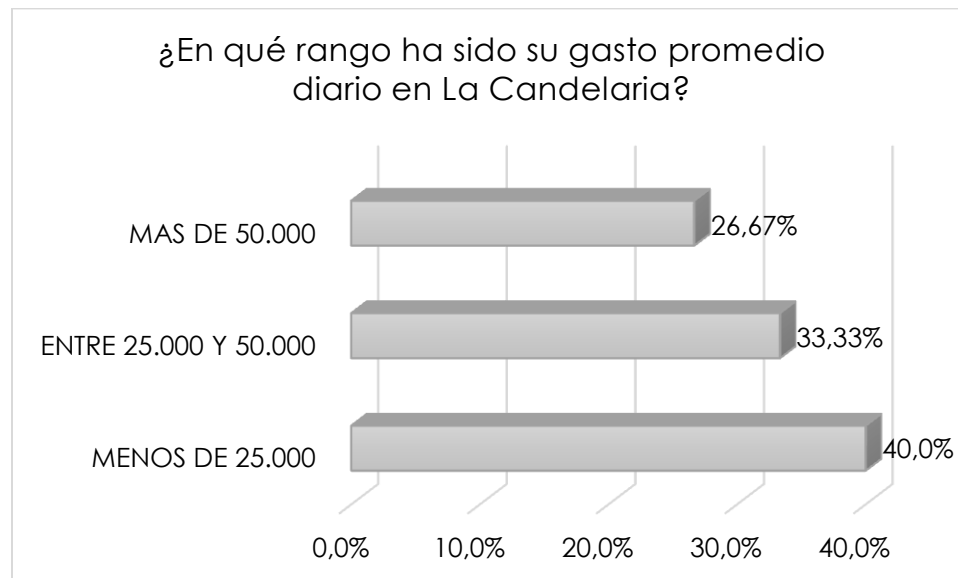


Figura 40. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 10.

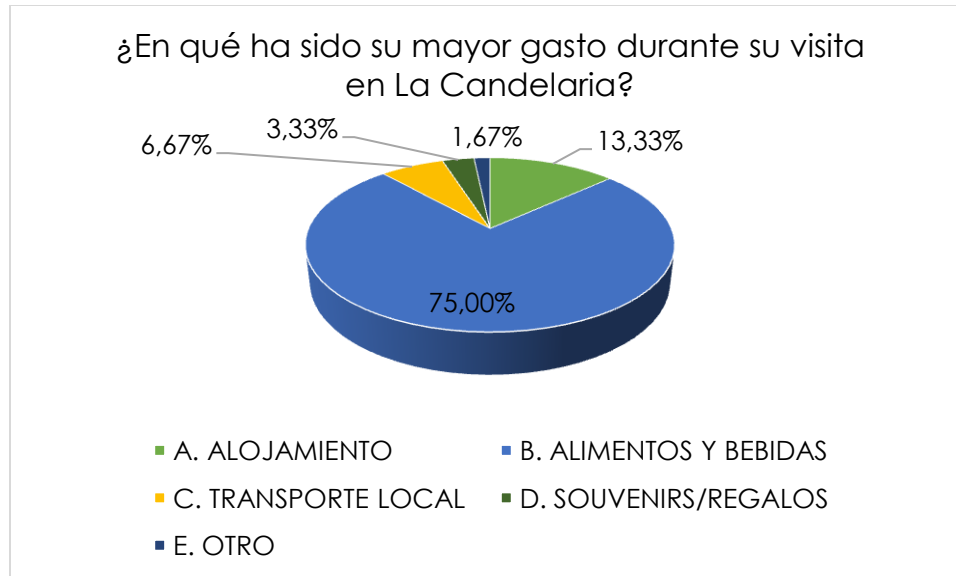


Figura 41. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 11.

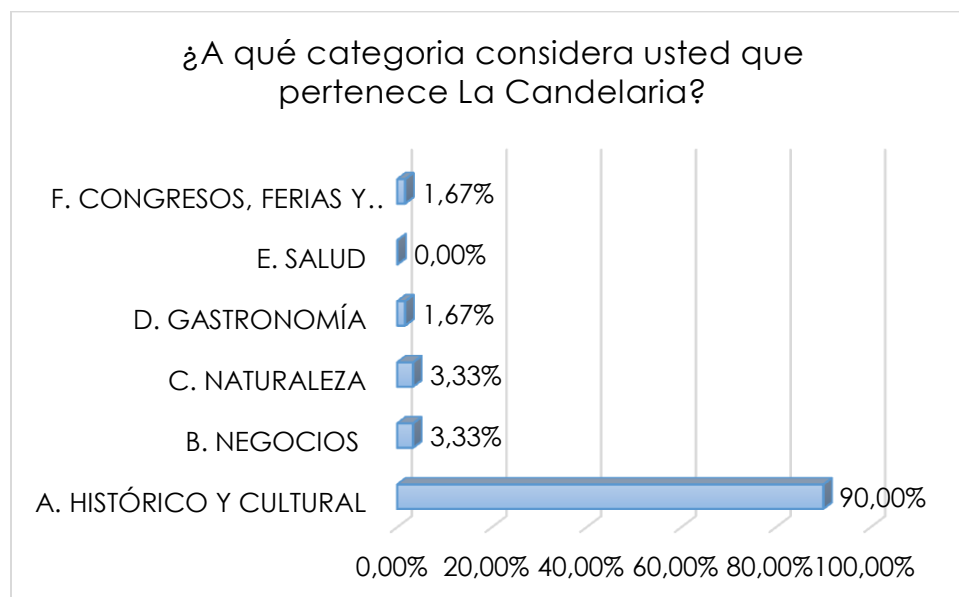


Figura 42. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 12.

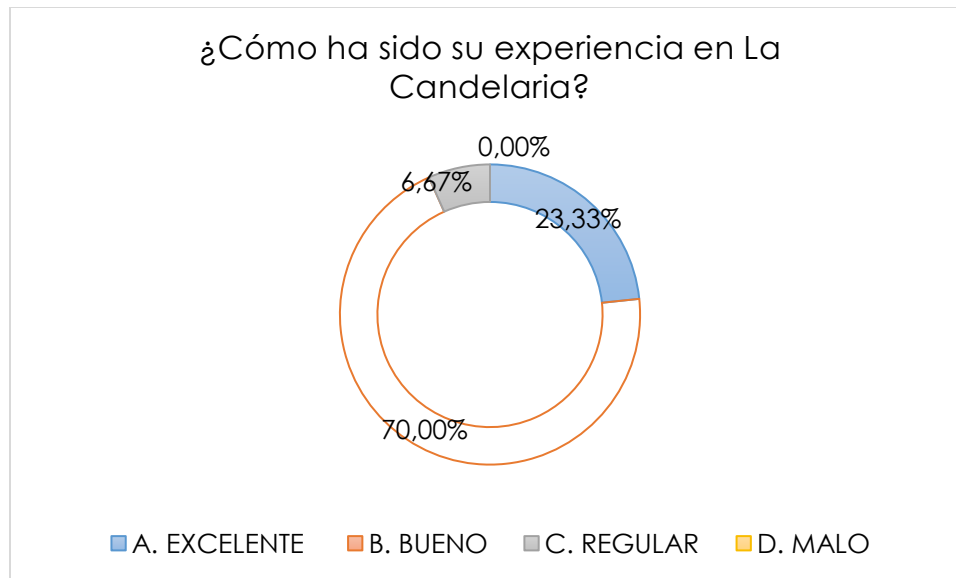


Figura 43. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 13.

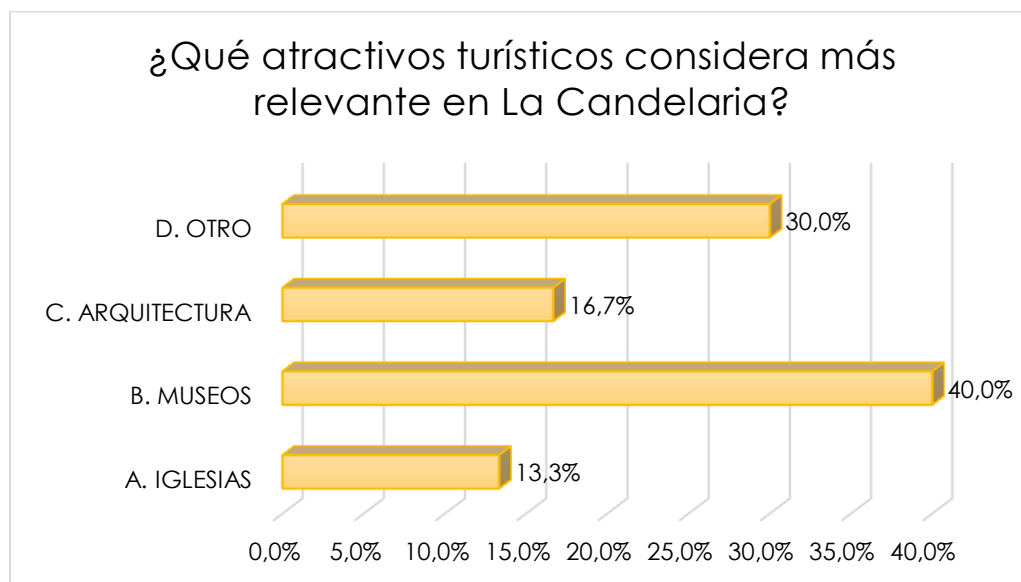


Figura 44. Gráfica resultados encuesta a turistas en La Candelaria pregunta 14.

- **Resultados de la población residente**

Se aplicaron ochenta (80) encuestas a población residente, de las cuales cuarenta (40) fueron aplicadas en la zona experimento y la otra mitad aplicadas en la zona control. A través de estas se buscaba conocer la perspectiva de los residentes de ambas zonas frente a la actividad turística.

- **Población residente zona experimento: Corferias**

De las cuarenta (40) encuestas, aplicadas a los residentes en Corferias, se pudo evidenciar que el 60% que respondieron eran mujeres y el 40% fueron hombres. Se presentan en gráficas los resultados de la aplicación de las encuestas y las cifras más representativas (ver figura 45 a 48).

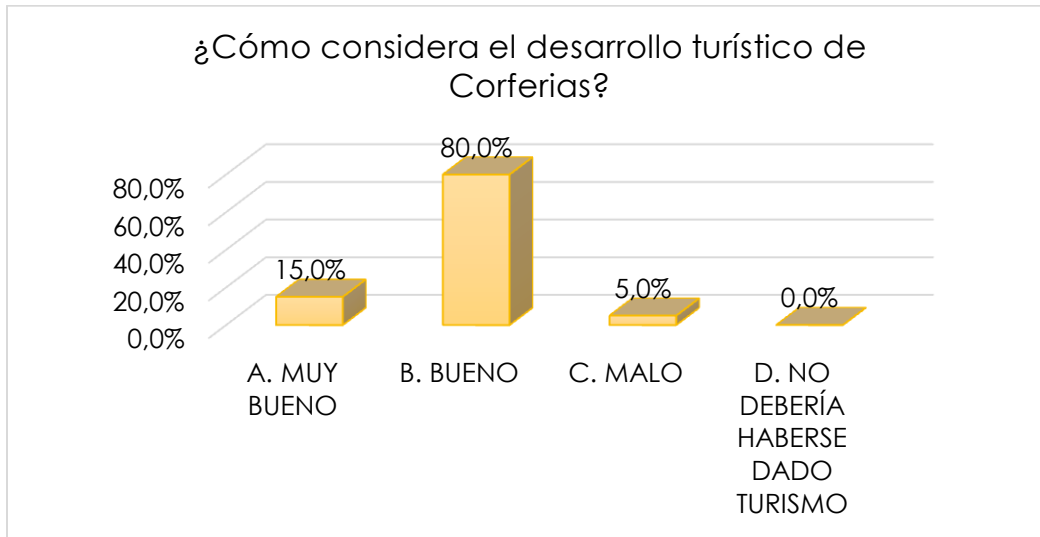


Figura 45. Gráfica resultados encuesta a población residentes en Corferias pregunta 1.

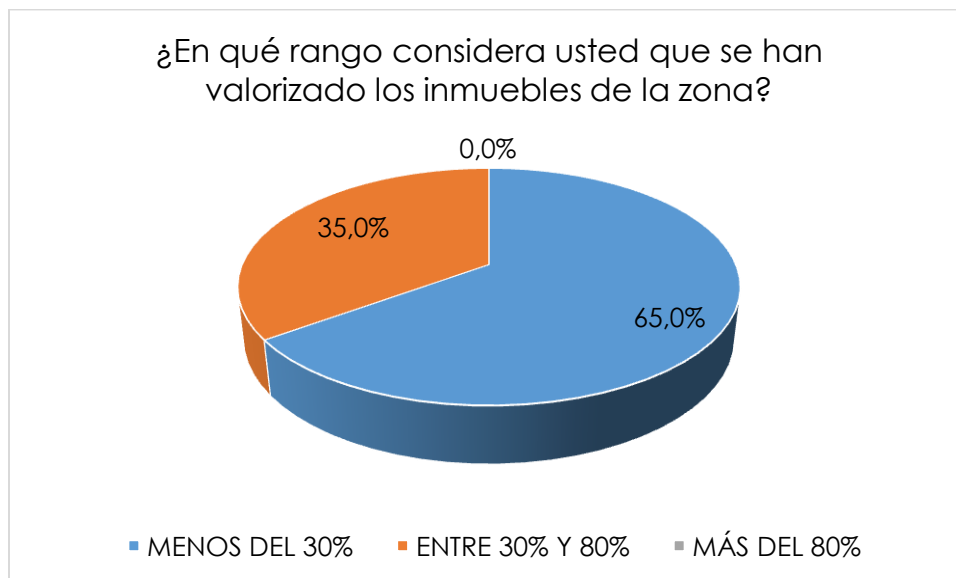


Figura 46. Gráfica resultados encuesta a población residentes en Corferias pregunta 2.

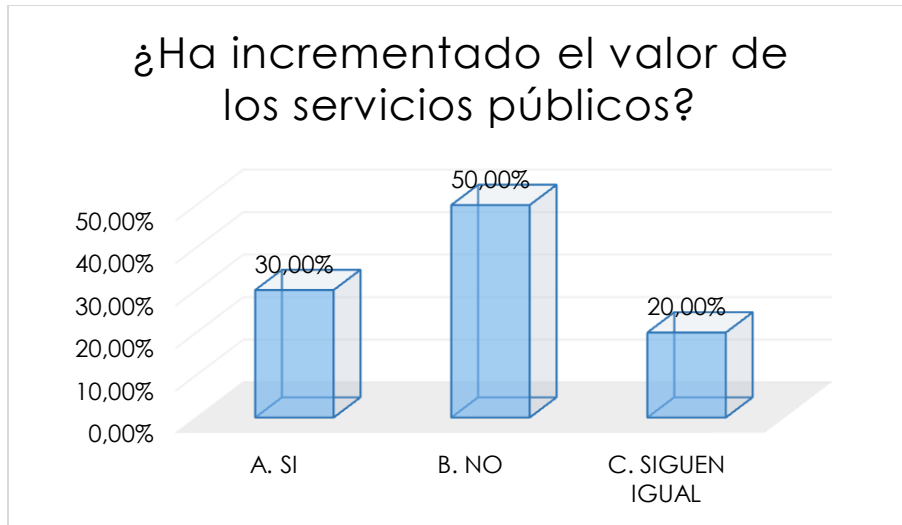


Figura 47. Gráfica resultados encuesta a población residentes en Corferias pregunta 3.

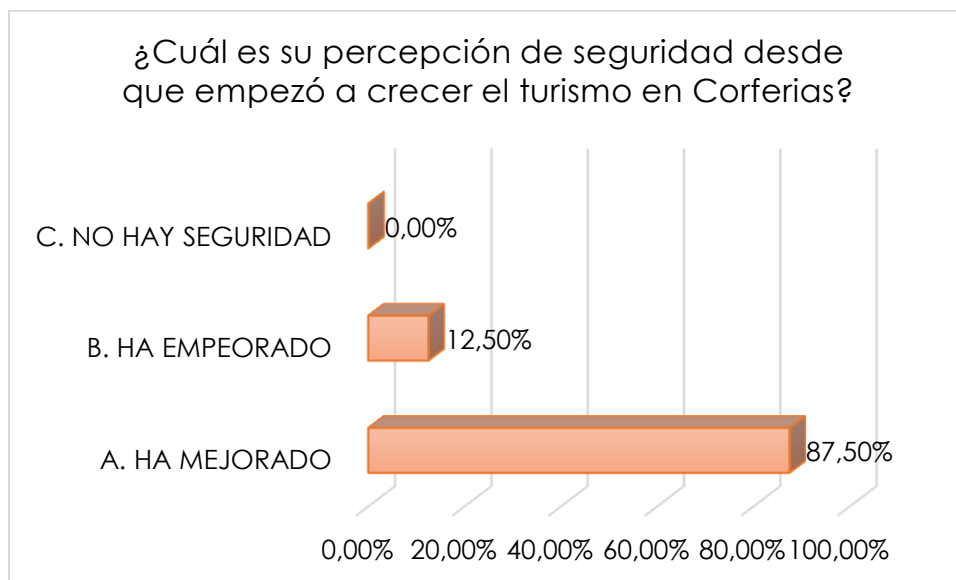


Figura 48. Gráfica resultados encuesta a población residentes en Corferias pregunta 4.

Referente a las preguntas 5, 6 y 7 se pudo encontrar que el 95% de los encuestados no consideran que el turismo sea la causa de una afectación ambiental y tan solo el 5% afirmó que sí. A su vez, el 97,5% afirmó estar de acuerdo con el crecimiento de la actividad turística y el 2,5% restante pensó lo contrario. En la última pregunta se quiso saber si la población residente encuestada es

participe de las actividades generadas por el turismo en Corferias y se encontró que el 87,5% si ha asistido a congresos, ferias y convenciones que son las principales actividades desarrolladas en la zona, en su mayoría han asistido a la Feria del Libro, Agro Expo y la Feria del Hogar.

- **Población residente zona control: La Candelaria**

En la zona de La Candelaria se aplicaron cuarenta (40) encuestas a población residente y se realizaron las mismas preguntas que se le aplicaron a la zona Corferias con el fin de comparar los resultados obtenidos de cada zona de estudio. A continuación, se presentan las gráficas de los resultados de la pregunta uno a la cuatro y un breve resumen de las preguntas restantes (ver figura 49 a 52).

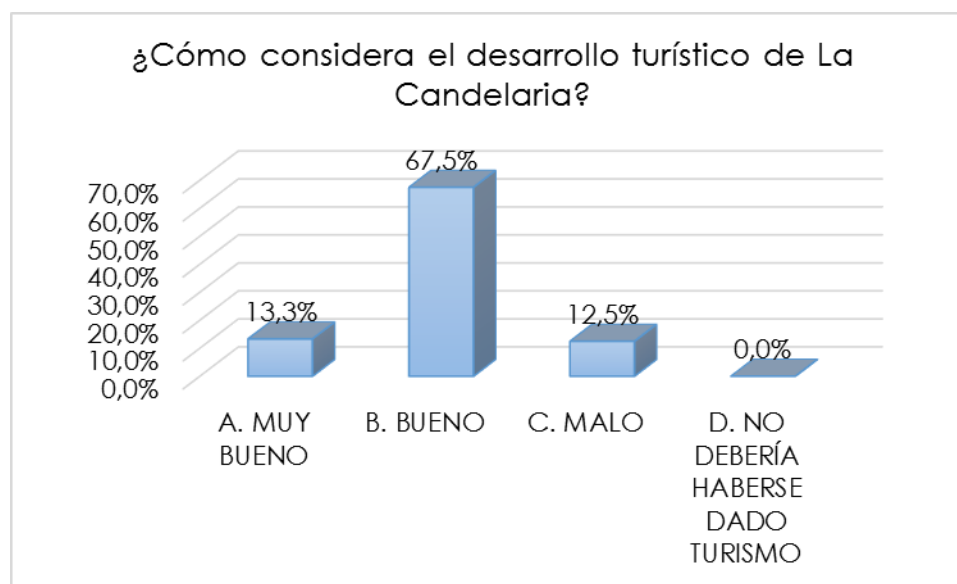


Figura 49. Gráfica resultados encuesta a población residentes en La Candelaria pregunta 1.

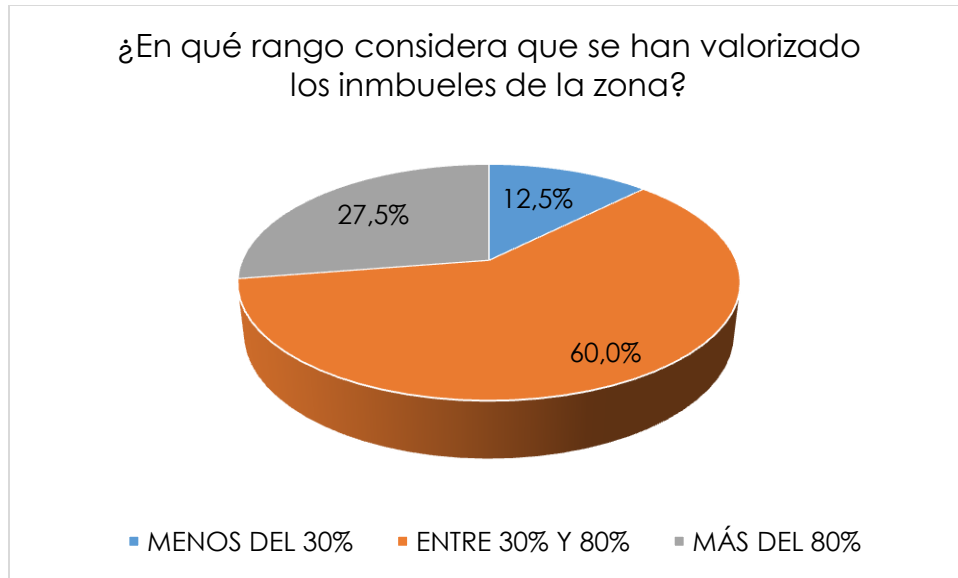


Figura 50. Gráfica resultados encuesta a población residentes en La Candelaria pregunta 2.

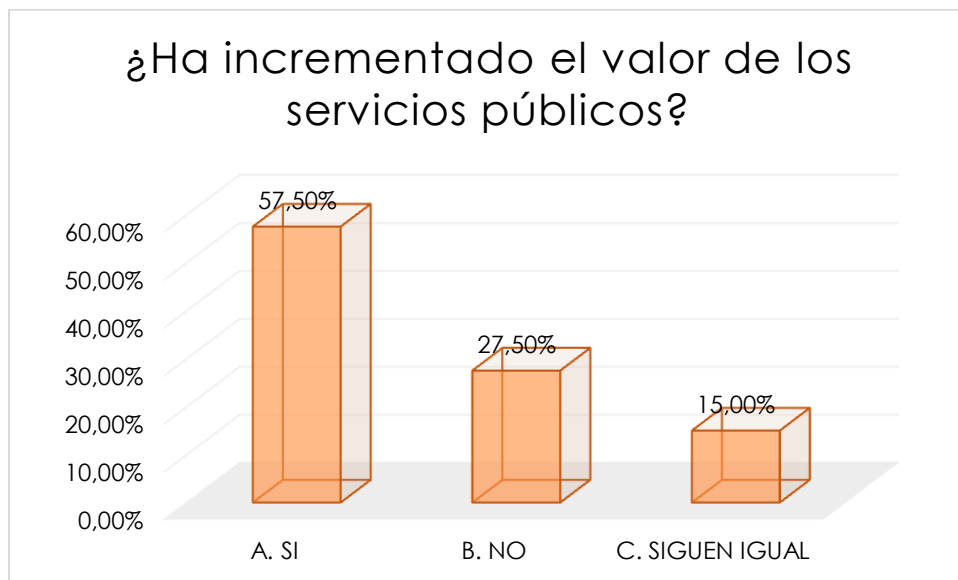


Figura 51. Gráfica resultados encuesta a población residentes en La Candelaria pregunta 3.

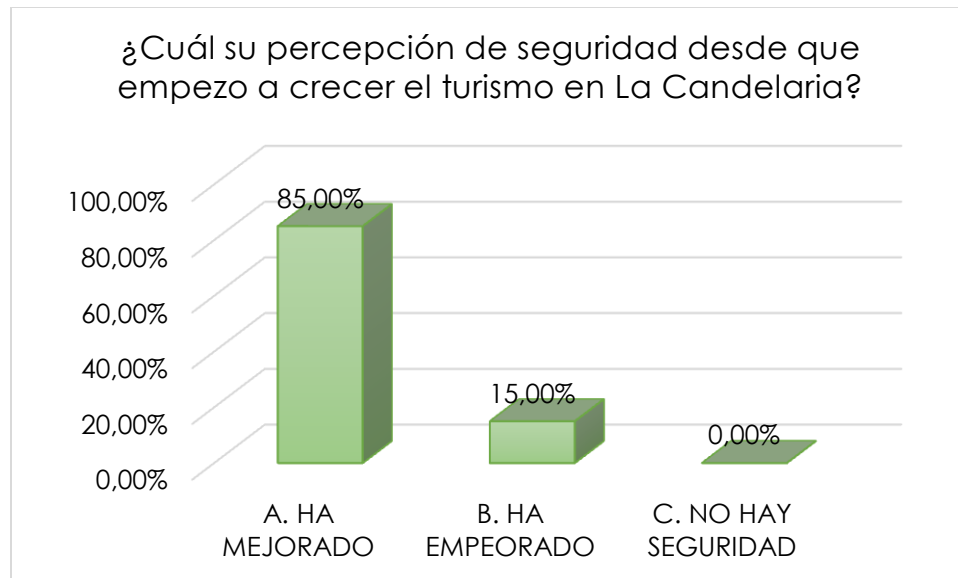


Figura 52. Gráfica resultados encuesta a población residentes en La Candelaria pregunta 4.

En La Candelaria el 57,5%, de la población residente encuestada, consideró que si hay afectaciones ambientales causadas por el desarrollo turístico y un 42,5% dijo que no se atribuía un efecto negativo en materia ambiental al turismo. Respecto a si era favorable o no continuar el crecimiento de la actividad turística se obtuvo como resultado que el 67,5% dijo que si se debía seguir con este tipo de actividades y un 32,5% respondió que no. Finalmente, se preguntó a los encuestados si habían sido participes de eventos o actividades que generaran turismo a la zona y el 70% respondió que sí y el 30% restante que no.

- **Resultados oferta turística**

Para la oferta turística se tomó la base de datos realizada anteriormente y se aplicaron las encuestas a los hoteles que cumplieran con las características que los denotaban como foco de recepción de turistas. En cuanto a los restaurantes se evidenció, a través del proceso de observación e investigación de fuentes secundarias, que en su mayoría no se registran al RNT a pesar de estar localizados en una zona de influencia turística. De manera que aleatoriamente se

escogieron restaurantes que se localizaran en puntos clave de llegada de turistas en cada zona. En el caso de La Candelaria, algunos con RNT y otros localizados en puntos de influencia de turismo y para Corferias se tuvieron en cuenta principalmente los que están en la plazoleta de comidas del centro de convenciones y exposiciones.

- **Hoteles zona experimento: Corferias**

En Corferias se encontraron 45 hoteles con RNT activo y localizados en la zona de influencia turística. De manera que se aplicaron las respectivas encuestas en donde se hicieron nueve preguntas con las variables de impacto determinadas inicialmente en la investigación. A continuación, se presentan los resultados a través de algunos gráficos y párrafos que consolidan la información.

De los 45 hoteles encuestados el 100% respondieron que sus propietarios son de nacionalidad colombiana. El 60% afirmaron que llevan entre un año a cinco años ubicados en la zona y el 28,89% entre cinco a diez años. En cuanto a la razón por la cual ubicaron el establecimiento en Corferias el 60% respondió por localización estratégica, el 26,67% por crecimiento económico de la zona, el 8,89% por el incremento de llegada de visitantes y el 4,44% por la exención de renta sobre la hotelería (ver figura 53 y 54).

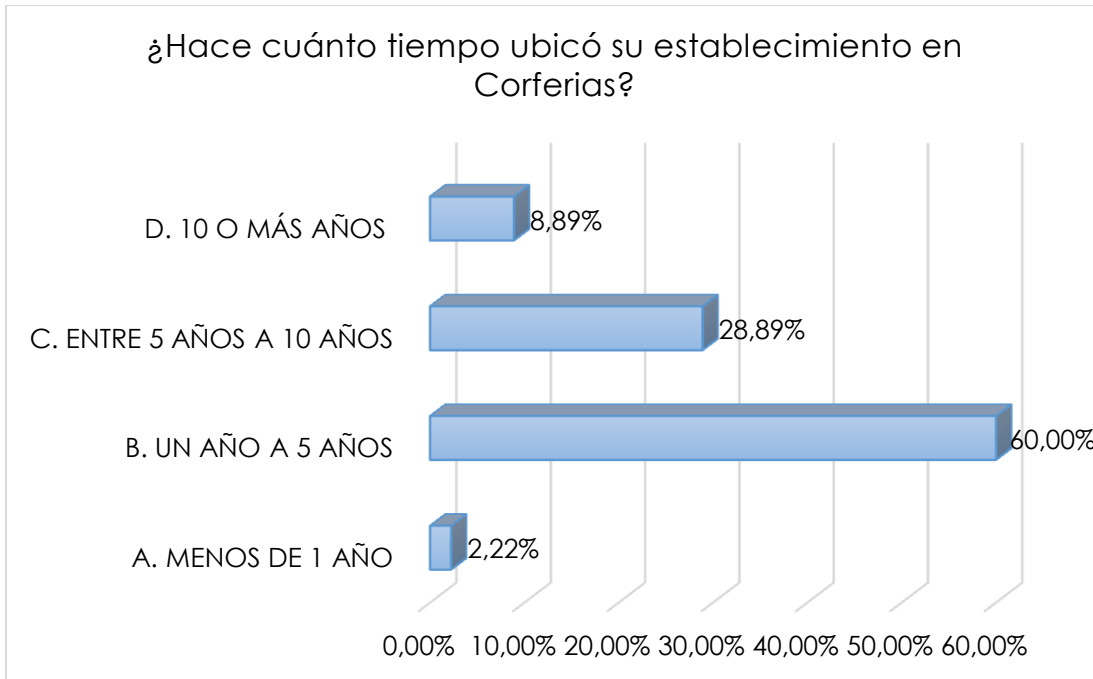


Figura 53. Gráfica resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 2.

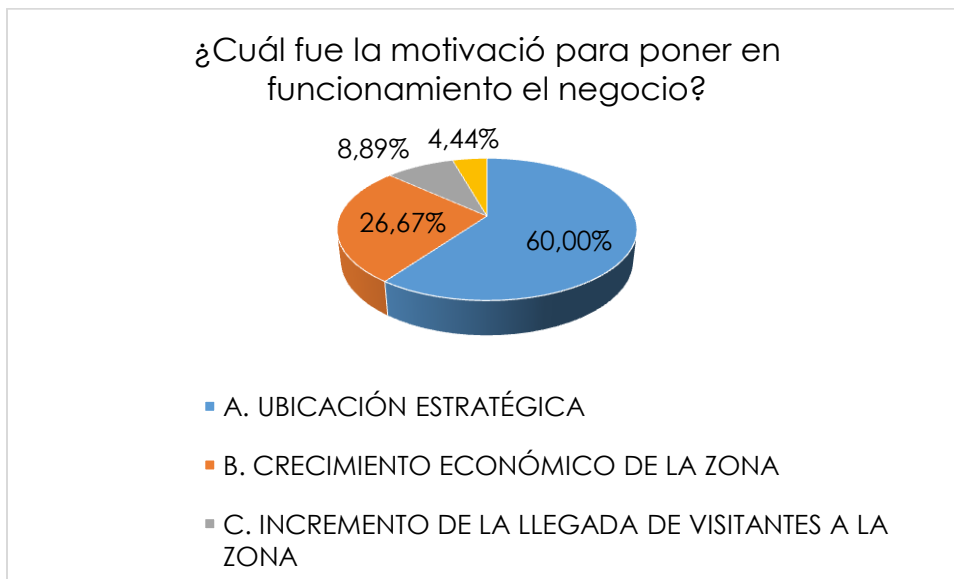


Figura 54. Gráfica resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 3.

Respecto a la cantidad de empleos que generan los hoteles encuestados en Corferias se encontró que un 44,44% tienen entre uno y cinco empleados, un 22,22% entre seis y diez y en la misma proporción entre once y quince; tan solo el 11,11% generan más de 15 empleos. Otro dato relevante encontrado en las encuestas es que en promedio se están alojando 100 personas, a la semana, en los hoteles de Corferias (ver figura 55).

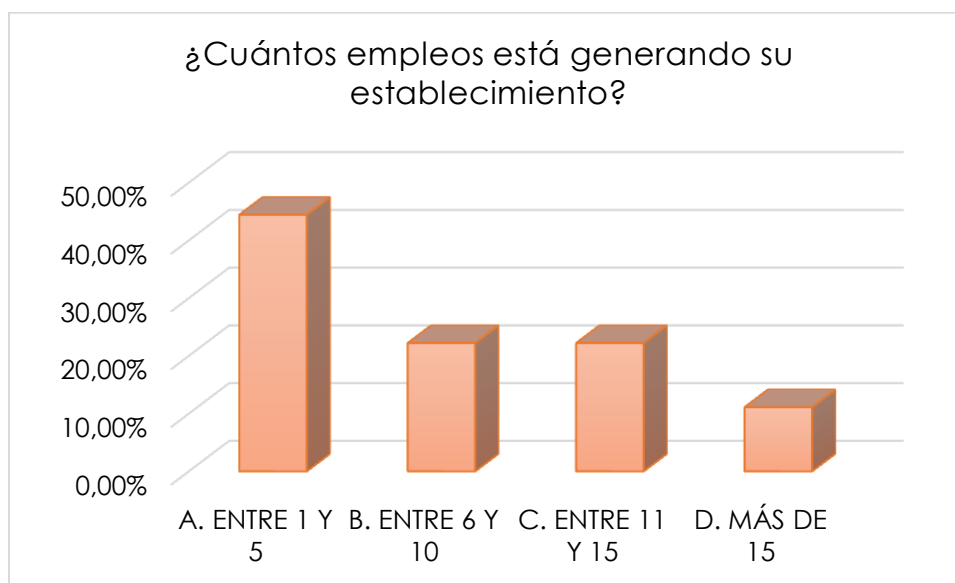


Figura 55. Gráfica resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 4.

Adicionalmente, se preguntó a los hoteles el porcentaje promedio de turistas que recibían por turismo individual, de familias y corporativo, es decir visita por convenio empresarial; aquí se evidenció que en promedio un 70,84% de los turistas llegan por turismo corporativo (ver tabla 4).

Tabla 4

Resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 6

A. TURISMO INDIVIDUAL	14,33%
B. TURISMO CORPORATIVO	70,84%
C. TURISMO FAMILIAS	14,38%

Otra pregunta que se aplicó estaba relacionada con el mayor beneficio que el turismo les ha traído a los empresarios de Corferias y el 33,33% respondió que el aumento de las utilidades, el 26,67% el crecimiento empresarial, en mismo porcentaje al anterior contestaron que la llegada de más clientes y el 13,33% el fortalecimiento del sector turístico y hotelero (ver figura 56).

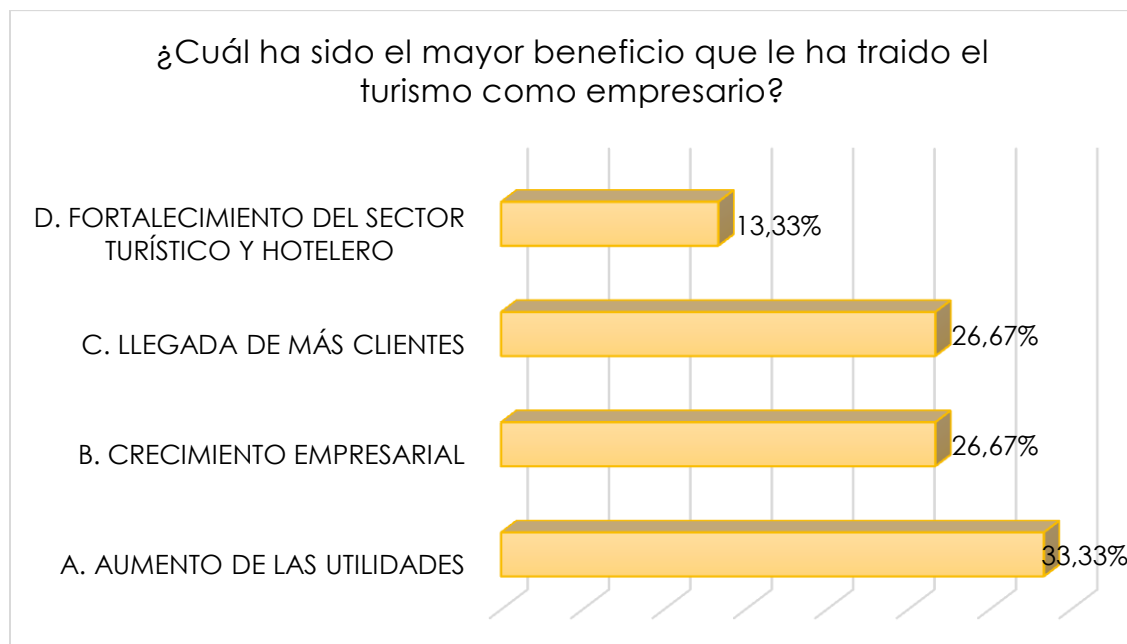


Figura 56. Gráfica resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 7.

También se preguntó al empresario qué tan de acuerdo estaba en que el turismo le ha beneficiado mejoras en ciertos aspectos, de manera que se pidió que calificara de uno a cinco su

grado de acuerdo o desacuerdo con el beneficio del turismo frente a algunos ítems considerados claves para el buen desarrollo del sector hotelero en la zona. A continuación, se presenta una tabla con los resultados (ver tabla 6).

Tabla 6

Resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 8.

	1	2	3	4	5
1. VENTAS	2,22%	0%	8,89%	28,89%	60,00%
2. AUMENTO DE LA OCUPACIÓN	0,00%	4,44%	15,56%	28,89%	51,11%
3. LAS CONDICIONES DE LA ZONA	2,22%	4,44%	20,00%	42,22%	31,11%
4. HAN LLEGADO NUEVOS COMPETIDORES	2,22%	6,67%	15,56%	37,78%	37,78%
5. LA SEGURIDAD HA MEJORADO	8,89%	22,22%	28,89%	26,67%	13,33%
6. LA INFRAESTRUCTURA HA MEJORADO	4,44%	11,11%	44,44%	31,11%	8,89%
7. LA TRANSFORMACIÓN DE LA ZONA	0,00%	6,67%	37,78%	40,00%	15,56%

La última pregunta realizada a los hoteles fue el porcentaje aproximado de ocupación durante los últimos cinco años de puesto en funcionamiento, de manera que se sacó el promedio de cada año de acuerdo a las respuestas obtenidas. Se presenta una tabla con el promedio encontrado para cada año (ver tabla 7).

Tabla 7

Resultados encuesta a hoteles en Corferias pregunta 9

Año	% de ocupación promedio
2011	25,87%
2012	32,60%
2013	41,27%
2014	49,04%
2015	52,89%

- Hoteles zona control: La Candelaria

En La Candelaria se aplicaron 22 encuestas a hoteles con RNT activo que estaban localizados en zona de influencia turística. Siendo esta la zona control se tomaron las mismas preguntas aplicadas a la zona experimento para luego poder realizar una comparación de los resultados encontrados. Se presentarán gráficos, tablas y párrafos que muestran las respuestas dadas por los establecimientos encuestados.

De los veintidós hoteles encuestados se encontró que el 81,82% es de propietarios nacionales y un 18,18% de extranjeros. A su vez un 59,09% respondieron que ubicaron su establecimiento entre un año y cinco años en la zona y un 36,36% llevan en La Candelaria entre cinco y diez años (ver figura 57).

La principal motivación para localizar el establecimiento en La Candelaria fue la ubicación estratégica y el incremento de llegada de visitantes a la zona, cada ítem con un 45,45% y un 36,36% de respuesta respectivamente (ver figura 58).

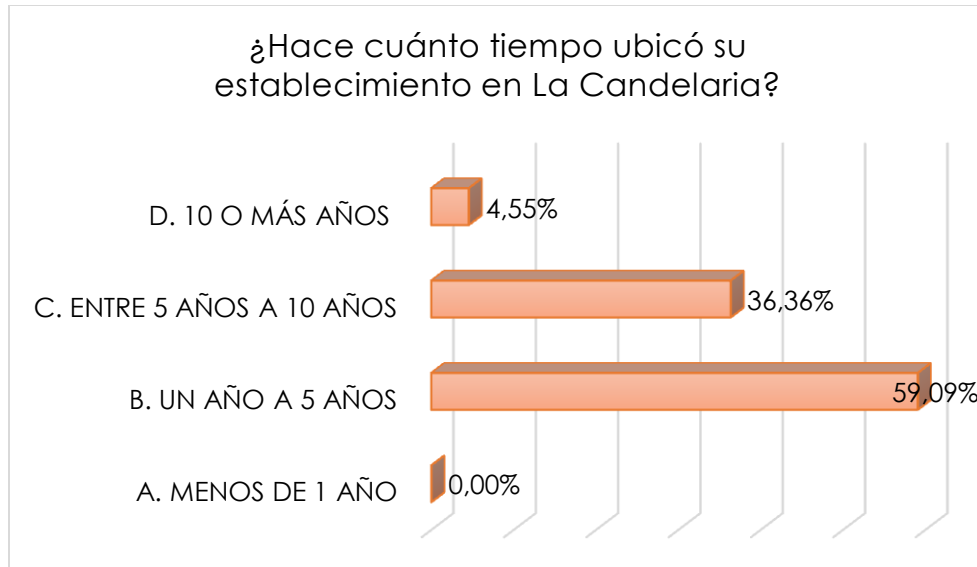


Figura 57. Gráfica resultados encuesta a hoteles en La Candelaria pregunta 2.

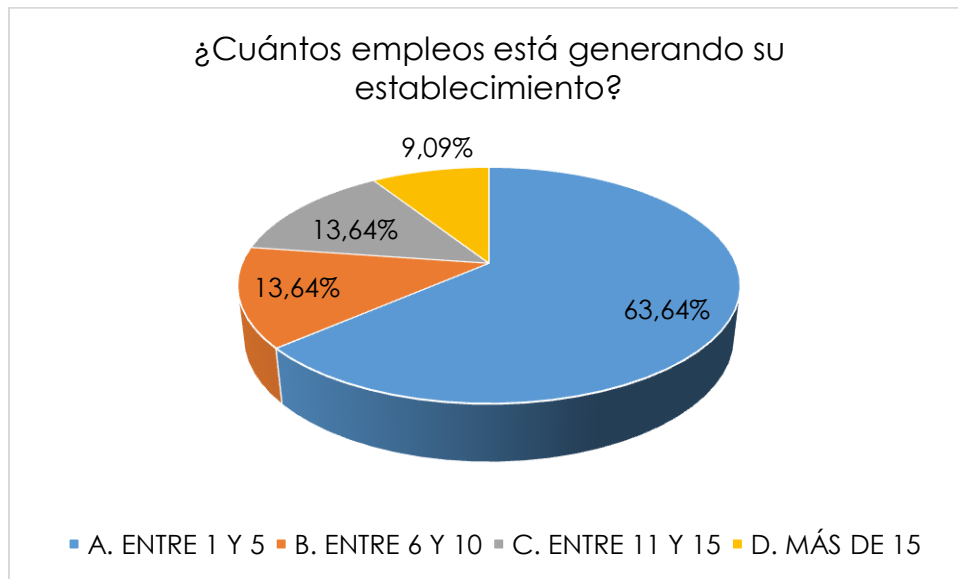


Figura 58. Gráfica resultados encuesta a hoteles en La Candelaria pregunta 3.

En cuanto a la generación de empleo se pudo observar que un 63,64% de los hoteles encuestados brindan entre uno y cinco empleos, el 13,64% entre seis y diez y tan solo un 9,09% más de quince (ver figura 59).

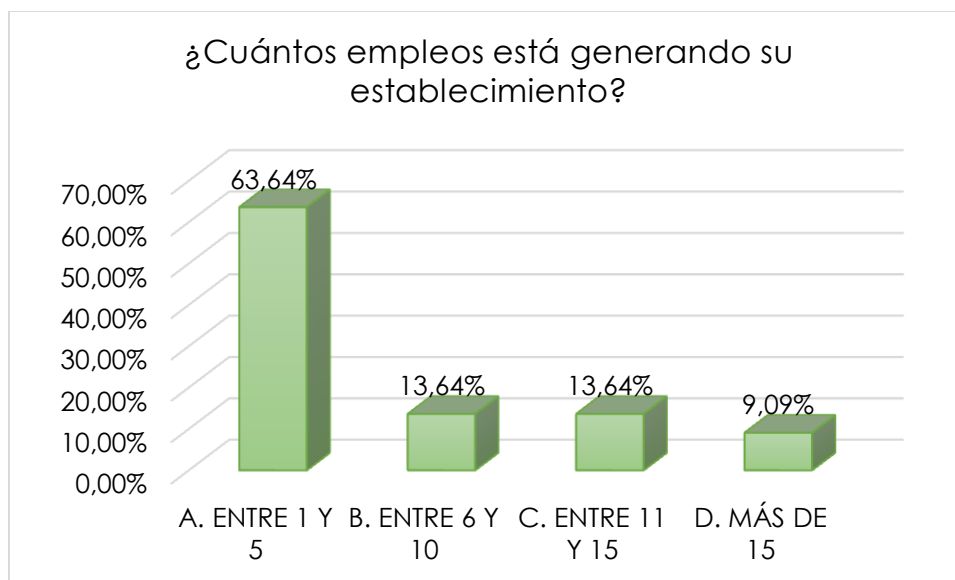


Figura 59. Gráfica resultados encuesta a hoteles en La Candelaria pregunta 3.

Además, se pudo ver que la oferta turística de alojamiento en La Candelaria en promedio aloja semanalmente a 82 personas. Sin embargo, este dato varía de acuerdo a la cantidad de habitaciones disponibles por hotel u hostel. Otro aspecto que se indagó a través de las encuestas fue el tipo de turismo que llega a los establecimientos de esta zona, en donde se pudo identificar en la respuesta de los encuestados que en su mayoría van por turismo individual (ver tabla 8).

Ver tabla 8

Resultados encuesta a hoteles en La Candelaria pregunta 6

A. TURISMO INDIVIDUAL	78,68%
B. TURISMO CORPORATIVO	6,00%
C. TURISMO FAMILIAS	14,86%

Respecto a cuál ha sido el mayor beneficio que el turismo les ha traído a los empresarios de La Candelaria se encontró que un 45,45% respondieron que la posibilidad de llegada de más

clientes, un 22,73% el fortalecimiento del sector turístico y hotelero, un 18,18% el crecimiento empresarial y un 13,64% el aumento de las utilidades. Adicionalmente, se pidió valorar el grado de acuerdo y desacuerdo respecto a la mejora en ciertos aspectos con el crecimiento del turismo a través de una calificación de uno a cinco, tal como se realizó en Corferias (ver tabla 9).

Tabla 9

Resultados encuesta a hoteles en La Candelaria pregunta 8

	1	2	3	4	5
1. VENTAS	0%	0%	0%	54,55%	45,45%
2. AUMENTO DE LA OCUPACIÓN	0%	4,55%	0%	50,00%	45,45%
3. LAS CONDICIONES DE LA ZONA	0%	0%	18,18%	54,55%	27,27%
4. HAN LLEGADO NUEVOS COMPETIDORES	0%	0%	9,09%	68,18%	22,73%
5. LA SEGURIDAD HA MEJORADO	0%	13,64%	22,73%	54,55%	9,09%
6. LA INFRAESTRUCTURA HA MEJORADO	0%	0%	36,36%	54,55%	9,09%
7. LA TRANSFORMACIÓN DE LA ZONA	0%	0%	0%	54,55%	45,45%

Finalmente, se preguntó por el porcentaje de ocupación de los últimos cinco años en donde se sacó un promedio anual, así como en Corferias, de los hoteles y hostales encuestados en el trabajo de campo con el fin de tener un dato aproximado basado en una toma muestral aleatoria (ver tabla 10).

Tabla 10

Resultados encuesta a hoteles en La Candelaria pregunta 9

Año	% de ocupación promedio
2011	31,41%
2012	38,18%
2013	42,64%
2014	47,73%
2015	50,18%

- Restaurantes zona experimento: Corferias

En la zona Corferias se identificaron diversos restaurantes. Sin embargo, se encontraron solamente siete registrados con un Número de Identificación Tributaria (NIT) vigente, pero en el Sistema de Información y Reporte Empresarial (SIREM), solamente se pudo encontrar el total utilidad o pérdida neta de tres de estos. Los resultados encontrados se plasmaron en una tabla en donde se especifica la razón social, el nombre del restaurante, el número de empleados y las ventas de los últimos cinco años (Ver tabla 11).

- Restaurantes zona control: La Candelaria

En la zona de La Candelaria se encontraron muchos restaurantes a partir de la observación, pero solamente dieciséis estaban registrados con un NIT vigente y en el SIREM se hallaron tan solo dos con reporte anual total de ventas o pérdidas netas. Los resultados encontrados se plasmaron en una tabla en donde se especifica la razón social, el nombre del restaurante, el número de empleados y las ventas de los últimos cinco años (Ver tabla 12).

Capítulo IV: Análisis comparativo entre la zona Corferias *versus* La Candelaria

Las percepciones se dieron del análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a oferta turística, demanda turística y población residente desarrolladas en el capítulo anterior. Se muestran las cifras y gráficas que se agruparon de acuerdo con los parámetros de interés desarrollados a lo largo del trabajo de campo logrando el análisis de resultados obtenidos en cada respuesta de las encuestas y en la definición de los indicadores de impacto turístico para la zona control y la zona experimento.

En este capítulo, se brinda una comparación de percepciones de los resultados encontrados con el fin de brindar un análisis comparativo de las dos zonas visto de la perspectiva de la autora de la presente investigación. Por lo tanto, el principal objetivo de este capítulo es evidenciar desde la comparación de características y datos encontrados hay un impacto del turismo de negocios en la zona Corferias.

4.1. Comparación demanda turística

A través de las encuestas aplicadas a cada una de las zonas se pudo percibir las características del turista que visita Corferias y el que va a La Candelaria cuando tienen como destino la ciudad de Bogotá. Se presenta una tabla comparativa en la que se puede ver el paralelo de las primeras preguntas aplicadas a cada una de las zonas encuestas referente a la percepción del turista frente a cada zona (ver tabla 13).

Tabla 13

Tabla comparativa de la percepción del turista Corferias versus La Candelaria

Percepción del turista	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias

Los turistas perciben que la accesibilidad a las dos zonas es adecuada	
El turista no siente las condiciones de seguridad lo suficientemente satisfechas	El turista siente que la zona cuenta con la seguridad suficiente al estar en esta zona
Los precios se perciben como adecuados y normales para los turistas que visitan la zona	Se perciben como costosos los precios de los establecimientos
Los turistas manifiestan que no reciben información turística previo a visitar las zonas de estudio	

Otras variables a comparar se dieron respecto al perfil del turista y el gasto turístico que realizan al visitar las zonas de estudio, por lo cual se presenta una tabla que consolida el análisis que se pudo realizar sobre estos aspectos consultados a los turistas (ver tabla 14).

Tabla 14

Tabla comparativa del perfil del turista y gasto turístico Corferias versus La Candelaria

Características del turista y gasto turístico	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
El motivo de visita es por vacaciones o descanso	El motivo de visita es por asistencia a congreso, feria o convención
El gasto turístico diario puede llegar a estar entre 25.000 y 50.000 pesos colombianos	El turista puede llegar a tener un gasto superior a 50.000 pesos colombianos diarios
El rubro que mayor gasto le genera al turista en ambas zonas es por la compra de alimentos y bebidas	

El turista que va a La Candelaria considera que la zona se caracteriza por tener un turismo de carácter histórico y cultural, en cambio el turista de Corferias clasifica la zona en el turismo de congresos, ferias y convenciones. Lo anterior permite analizar que, aunque ambas zonas desarrollan turismo cada una cuenta con características que han hecho que la tipología turística difiera la una de la otra. Otro aspecto tomado en cuenta fue la calidad de la experiencia turística la cual fue calificada en ambas zonas como buena, por lo cual se puede analizar que ambas zonas requieren mejorar algunos aspectos para ser una zona turística que brinde una experiencia excelente a quién la visite.

Finalmente, se pudo encontrar que Corferias cuenta más con facilidades turísticas por su ubicación estratégica y no con atractivos turísticos puesto que el principal foco de concentración de turistas es el centro de convenciones y eventos. A diferencia de la zona experimento, La Candelaria si cuenta con atractivos turísticos identificados y los turistas respondieron que para ellos el mayor atractivo eran los museos.

4.2. Comparación población residente

A través de las encuestas aplicadas a la población residente, en ambas zonas, se pudo preguntar sobre la opinión de quienes viven en cada zona acerca del turismo y si este les impactó de alguna manera, ya sea en temas de economía, ambiente y participación en actividades turísticas. A continuación, se presenta una tabla comparativa de la percepción de los residentes de las zonas estudiadas (ver tabla 15).

Tabla 15

Tabla comparativa de la percepción del residente en Corferias versus La Candelaria

Percepción del residente

Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
Los residentes consideran que el desarrollo turístico de ambas zonas ha sido bueno	
Los inmuebles se han valorizado en un rango entre el 30% y 80%	Los inmuebles se han valorizado en menos de un 30%
Se percibe incremento en el valor de los servicios públicos	No se ha percibido incremento significativo del valor de los servicios públicos
En ambas zonas, los residentes perciben mayor seguridad desde que empezó a incrementar la actividad turística	

Además, se pudo comparar lo que pensaban los residentes de cada zona frente a afectaciones ambientales relacionadas con el turismo y la participación de ellos en actividades de carácter turístico, razón por la cual se compararon los resultados de ambas zonas (ver tabla 16).

Tabla 16

Tabla comparativa de la participación y afectación de la actividad turística al residente en Corferias versus La Candelaria

Participación y afectación de la actividad turística	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
Los residentes manifiestan que el turismo sí les ha traído afectaciones ambientales	Los residentes no consideran que haya afectaciones ambientales causadas por el turismo
En las dos zonas, los residentes consideran favorable que continúe la actividad turística	
Los residentes de ambas zonas participan y asisten a actividades de turismo	

Luego de la respectiva comparación, se evidenció que los residentes de cada zona tienen una percepción muy distinta en temas de seguridad y afectación ambiental. Se considera, desde la observación y análisis de testimonios de los residentes encuestados, que cada la localización de cada zona, el perfil de turista y las actividades turísticas son factores claves que definen cómo se da el turismo y las condiciones de este.

4.3. Comparación oferta turística

Dentro de la oferta turística estudiada se tomaron en cuenta establecimientos de alojamiento y restaurantes de cada zona, a partir de ciertas características que facilitarían el proceso de investigación y análisis a causa de que muchos establecimientos son reacios a responder a encuestas.

- **Comparación de establecimientos de alojamiento Corferias versus La Candelaria**

La comparación de los establecimientos de alojamiento se realizó teniendo en cuenta las respuestas de cada uno de los encuestados y a partir de una extracción de datos se pudieron establecer características que los hacen distintos y la tendencia que perfila a cada zona. Se presenta una tabla comparativa de los aspectos relacionados con las características de los establecimientos del alojamiento (ver tabla 17).

Tabla 17

Tabla comparativa de las características de establecimientos de alojamiento en Corferias versus La Candelaria

Características de los establecimientos de alojamiento	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
Hay propietarios nacionales e internacionales	En su mayoría los propietarios son nacionales
En las dos zonas los establecimientos llevan entre uno y cinco años	
Se localizan aquí por la ubicación estratégica y el incremento de llegada de visitantes	Se localizan aquí por la ubicación estratégica y el crecimiento económico de la zona
Las dos zonas generan entre uno y cinco empleos por establecimiento	

Otros aspectos a comparar en la encuesta fueron la tipología de turismo que reciben los establecimientos, porcentaje promedio anual de ocupación y el grado de mejora que han tenido algunos aspectos a lo largo de los años gracias al turismo (ver tabla 18).

Tabla 18

Tabla comparativa de las características de establecimientos de alojamiento en Corferias versus La Candelaria

Características de los establecimientos de alojamiento	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
En promedio reciben 82 huéspedes a la semana por establecimiento	En promedio reciben 100 huéspedes a la semana por establecimiento
Reciben en su mayoría turismo individual (78,68%)	Reciben en su mayoría turismo corporativo (70,84%)
Consideran que el mayor beneficio que han tenido es la llegada de más clientes	El mayor beneficio que les ha traído el turismo ha sido el aumento de las utilidades
Las ventas, el aumento de la ocupación, la mejora en seguridad y transformación de la zona son aspectos que manifiestan han mejorado gracias al turismo	
Aunque se considera que han mejorado variables de crecimiento económico, hay una deficiencia en la seguridad de la zona	Manifiestan que la seguridad y la transformación de la zona no ha mejorado por el turismo

- **Comparación de restaurantes Corferias versus La Candelaria**

Para la comparación de los restaurantes de las dos zonas se tomó en cuenta el número de empleados y el total de ganancias y pérdidas de los restaurantes con información reportada en el SIREM. Se esperaba encontrar más información que permitiera realizar un análisis más detallado, aun así el propósito del estudio es aplicar la metodología desde la información encontrada y en futuros proyectos de investigación conocer como debe ser utilizada.

De esta manera se presenta en la siguiente tabla las principales diferencias encontradas respecto al número de empleados y ganancias o pérdidas netas registradas (Ver tabla 19).

Tabla 19

Tabla comparativa del número promedio de empleados en los restaurantes encontrados con NIT vigente en Corferias versus La Candelaria

Promedio de empleados en los restaurantes encontrados con NIT vigente	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
En promedio los restaurantes de esta zona tienen 7 empleados	En promedio los restaurantes de esta zona tienen 6 empleados

Se puede analizar que en promedio el número de empleados de las dos zonas varía en solamente un empleado, siendo esta una característica coincidente de estas zonas de influencia turística. Adicionalmente, se pudo encontrar información un tanto limitada de algunos restaurantes registrados en SIREM (Ver tabla 20).

Tabla 20

Tabla comparativa del registro de ganancias o pérdidas netas de establecimientos reportados en SIREM los restaurantes encontrados con NIT vigente en Corferias versus La Candelaria

Registro de ganancias o pérdidas netas de establecimientos reportados en SIREM	
Zona control La Candelaria	Zona experimento Corferias
Dos restaurantes presentan reporte de ganancias o pérdidas en SIREM	Tres restaurantes presentan reporte de ganancias o pérdidas en SIREM
En promedio los dos restaurantes reportaron ganancias netas de 2.090.906 en los cinco años	En promedio los dos restaurantes reportaron ganancias netas de 3.380.444 en los cinco años
Ninguno de los dos restaurantes reporta pérdidas anuales	Uno de los restaurantes reporta pérdidas en cuatro de los cinco años

Se puede analizar de lo encontrado que en La Candelaria hay menos riesgo de inversión en restaurantes, puesto que en Corferias se encuentra que uno de los restaurantes reporta pérdidas anuales en cuatro de los años revisados. A diferencia de ese escenario, los restaurantes de La Candelaria reportan ganancias en los cinco años estudiados y esto hace pensar que en Corferias el riesgo de inversión en los primeros años de apertura de los restaurantes es mucho más alto que en La Candelaria.

4.4. Caracterización final de Corferias y La Candelaria

De acuerdo con los resultados encontrados en el trabajo de campo, a través de las encuestas y el análisis comparativo de las dos zonas se consolidaron los resultados que caracterizan a Corferias y La Candelaria. Por lo cual, se establecen las principales características

que atribuyen a Corferias ser una zona de interés turístico con tipología de negocios (ver tabla 21).

Tabla 21

Tabla de caracterización final de los resultados encontrados en la demanda turística de Corferias y La Candelaria.

La Candelaria	Corferias
Demanda turística	
Condiciones de seguridad parcialmente satisfechas	Condiciones de seguridad adecuadas
Con alto o bajo poder adquisitivo	Alto poder adquisitivo
Perfil del viajero: Vacaciones/descanso	Perfil del viajero: negocios
Gasto menor a 25.000 COP X día	Gasto superior a 50.000COP por día
Actividades de historia y cultura	Asistencia a congresos, ferias y convenciones

Los resultados muestran que la demanda turística de cada zona es totalmente diferente a causa de la manera en que se han dispuesto los atractivos turísticos, recursos turísticos, establecimientos de comercio y la forma en que se ha desarrollado la actividad turística.

A partir de los resultados encontrados y el proceso de observación se pudo determinar que en el caso de Corferias gracias a que cuenta con recintos feriales e infraestructura adecuada para llevar a cabo eventos de carácter corporativo como congresos, convenciones y ferias genera que la mayor parte de sus visitantes tengan como objetivo lograr realizar actividades de negocios. En cambio, en La Candelaria los espacios turísticos y sus dinámicas han estado entorno a actividades de crecimiento cultural y enriquecimiento histórico de sus habitantes y visitantes.

Capítulo V: Impacto del turismo de negocios en Corferias

En este capítulo se mide el impacto del turismo de negocios en Corferias partiendo de la información recopilada en el trabajo de campo y el primer análisis comparativo realizado en el capítulo IV. Por lo tanto, la medición parte de realizar una comparación de las dos localidades por el método de emparejamiento para luego aplicar la prueba de diferencias en diferencias, la cual permitirá dar un resultado de medición de impacto sobre el experimento aplicado y dar conclusiones al respecto.

El método de emparejamiento o *matching* “se puede obtener un contrafactual en función de variables observables. Bajo este método, se recaba una gran cantidad de características observables de los entrevistados, con el objeto de reducir el probable sesgo de selección. Esto conlleva a la dificultad práctica de encontrar cuantiosos individuos en ambos grupos con las mismas covariables para ser emparejados, lo cual se ha denominado en la literatura como "la maldición de la dimensionalidad"(Centro Latinoamericano de Estudios de Evaluación de Impacto, s.f., parr.4).

5.1. Comparación de las dos localidades por el método de emparejamiento

La aplicación del método de emparejamiento tiene como objetivo identificar si hay alguna diferencia de los resultados en cuanto a número de empleos generados, número de habitaciones

construidas, número de huéspedes y crecimiento del porcentaje de ocupación promedio en los últimos cinco años en cada zona. Los anteriores resultados son las variables significativas que se plantearon anteriormente en el capítulo II en donde se plantea la metodología de evaluación de impacto y se define que las variables más significativas del estudio que se consideraron para el análisis son: empleo, número de habitaciones, número promedio huéspedes y porcentaje de ocupación promedio en los últimos cinco años.

De esta manera se toman los resultados encontrados en La Candelaria y Corferias y se hallan sus promedios, desviación estándar y varianzas que permitirán hacer un análisis al respecto. Estos resultados son estadísticas descriptivas que son utilizados en el análisis comparativo, como apoyo de los resultados obtenidos de la metodología cuasi experimental para tener unos datos básicos que soporten el análisis.

5.1.1. Comparación entre promedios

En esta sección se presenta una tabla con los promedios de las variables seleccionadas y así analizar los resultados encontrados (ver tabla 22).

Tabla 22

Tabla comparativa de % ocupación promedio

% OCUPACIÓN PROMEDIO					
	2011	2012	2013	2014	2015
Corferias	35%	40%	45%	50%	55%
La Candelaria	31%	38%	43%	48%	50%

Nota: la información fue obtenida a partir del procesamiento de datos en Excel tomando como base numérica los datos obtenidos en las encuestas aplicadas

El porcentaje de ocupación promedio de los últimos cinco años en Corferias y La Candelaria es muy similar. Los resultados obtenidos varían en un promedio del 3%, lo cual se considera muy poco significativo. De ahí se analiza que, aunque las dos zonas tienen dos tipologías de turismo totalmente distintas, cuentan con el factor coincidente de tener un porcentaje de ocupación promedio entre el 31% y el 55% en los últimos cinco años (ver tabla 23).

Tabla 23

Tabla comparativa de promedios de empleo, huéspedes promedio y número de habitaciones

PROMEDIOS		
	Corferias	La Candelaria
Empleo	11	25,1
N° habitaciones	7,1	13
N° huéspedes promedio	110,2	82,3

Nota: la información fue obtenida a partir del procesamiento de datos en Excel tomando como base numérica los datos obtenidos en las encuestas aplicadas

En cuanto al comparativo de la variable del empleo se puede analizar que en promedio un hotel localizado en Corferias brinda 11 empleos y en La Candelaria 25 empleos. Por lo tanto, hay una diferencia significativa en los resultados encontrados, debido a que La Candelaria brinda 14 empleos más que Corferias. Se puede analizar que, aunque en La Candelaria fueron encuestados un número menor de hoteles, a causa de que muchos no están registrados en la Superintendencia de Industria y Comercio, se tuvo que aplicar un nivel de confianza de la media del 95% para equiparar los resultados significativos de la muestra. En consecuencia, no es un factor coincidente el número de empleos que en promedio genera un hotel en cada zona.

5.1.2. Comparación entre desviaciones estándar y varianzas de la muestra

Se presenta en esta sección las desviaciones estándar y varianzas de la muestra tomada en cuanto a porcentajes de ocupación de los últimos cinco años. Toda la información fue procesada con fórmulas de Excel y la función de análisis de datos para estadísticas descriptivas (ver tabla 24).

Tabla 24

Desviaciones estándar encontradas en porcentajes de ocupación promedio de Corferias

Desviación estándar					
	2011	2012	2013	2014	2015
Corferias	0,17	0,19	0,21	0,21	0,21
La Candelaria	0,13	0,13	0,12	0,12	0,13

Nota: la información fue obtenida a partir del procesamiento de datos en Excel tomando como base numérica los datos obtenidos en las encuestas aplicadas

En cuanto a desviaciones estándar se puede analizar de los resultados que anualmente las dispersiones de los datos obtenidos en las encuestas aplicadas en Corferias fueron entre el 0.17 y el 0.21. Lo anterior quiere decir que la desviación de los datos de la muestra en paralelo con las respuestas obtenidas no fue muy alta, sino que por el contrario las respuestas fueron similares y diferían de manera poco significativa. Asimismo, se puede ver los resultados de las desviaciones de La Candelaria que estuvieron entre 0.12 y 0.13, lo cual permite concluir que los datos tuvieron una dispersión mucho menor que los resultados obtenidos en Corferias (ver tabla 25).

Tabla 25

Varianzas encontradas en porcentajes de ocupación promedio de Corferias y La Candelaria

Varianza de la muestra					
	2011	2012	2013	2014	2015
Corferias	0,03	0,03	0,04	0,04	0,05
La Candelaria	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02

Nota: la información fue obtenida a partir del procesamiento de datos en Excel tomando como base numérica los datos obtenidos en las encuestas aplicadas

En cuanto a la varianza se puede afirmar que es muy mínima la variabilidad de los datos con respecto a la media de los resultados encontrados en ambas zonas. De ahí que anteriormente al analizar el porcentaje de ocupación promedio se observara que la diferencia de los porcentajes entre las dos zonas era mínima. Asimismo, la diferencia entre los datos anuales de cada zona tenía una variabilidad mínima que concentró todos los resultados entre un rango del 40% al 55%.

A continuación, se presentan los resultados encontrados de desviación estándar y varianza de la muestra de las variables de empleo, número promedio de habitaciones y número promedio de huéspedes alojados (ver tabla 26).

Tabla 26

Desviaciones estándar y varianzas encontradas en variables de Corferias

CORFERIAS			
	Empleo	N° habitaciones promedio	N° huéspedes promedio
Desviación estándar	16,08	20,02	85,86
Varianza de la muestra	258,73	400,71	7371,59

Nota: la información fue obtenida a partir del procesamiento de datos en Excel tomando como base numérica los datos obtenidos en las encuestas aplicadas

La desviación estándar de los datos obtenidos para la variable de empleo en la zona de Corferias fue de 16.08 y su varianza fue de 258.73, es decir que la dispersión de las respuestas es bastante amplia y los datos obtenidos tienen una variabilidad que supera la media de los resultados. Por lo tanto, las respuestas tienen diferencias significativas. Lo anterior se puede sustentar en que muchos de los hoteles encuestados cuentan con presupuestos distintos y capacidad de generación de empleo distinta.

El número de habitaciones promedio tuvo una desviación estándar de 20.02 y varianza de 400.71, lo que significa que los datos son muy dispersos y la variabilidad de los resultados fue bastante alta. Se puede analizar que la variabilidad está dada porque en la zona se lograron encuestar hoteles que cuentan hasta con 100 habitaciones y otros solo con 10 a razón de esto la dispersión de los datos es más alta.

Asimismo, el número de huéspedes promedio tuvo una desviación estándar de 85.86 y una varianza de 7371,59. Lo mencionado permite dar cuenta que los resultados de las encuestas no son uniformes. Por lo cual, aunque hay hoteles que cuentan con un promedio alto de afluencia de turistas, hay otros que tan no reciben la misma cantidad de turistas generando que la varianza sea muy alta en comparación con los resultados de otras variables (ver tabla 27).

Tabla 27

Desviaciones estándar y varianzas encontradas en variables de La Candelaria

LA CANDELARIA			
	Empleo	N° habitaciones promedio	N° huéspedes promedio
Desviación estándar	10,44	11,28	65,84
Varianza de la muestra	108,98	127,19	4334,89

Nota: la información fue obtenida a partir del procesamiento de datos en Excel tomando como base numérica los datos obtenidos en las encuestas aplicadas

Por su parte la desviación estándar de La Candelaria fue de 10.44 y la varianza de la muestra fue de 108.98. De tal manera que hay una dispersión amplia de los datos y la variabilidad de los resultados sobrepasa el resultado de la media de los datos encontrados.

En cuanto a número promedio de habitaciones hubo una desviación estándar de 11.28 y la varianza de la muestra fue de 127.19. Esto permite que se pueda analizar que las respuestas no fueron muy similares entre ellas y presentaban diferencias significativas. A su vez el número de huéspedes promedio tuvo una desviación estándar de 65.84 y una varianza de 4334.89, siendo también muy alta por lo cual se analiza que los datos fueron muy dispersos y la varianza de la muestra igual.

De ahí que se pueda comparar que ambas zonas cuentan con tres variables identificadas de empleo, número promedio de habitaciones y número promedio de huéspedes muy distintas y que el impacto del turismo de negocios no es el mismo que el del turismo cultural e histórico que brinda La Candelaria a razón que hay más informalidad de establecimientos de alojamiento constituidos legalmente en La Candelaria que en Corferias. Sin embargo, Corferias genera un menor número de empleos visto desde los resultados de las encuestas aplicadas a las dos zonas.

5.2. Medición del impacto turístico

En este último capítulo se pretende dar a conocer el resultado final del impacto turístico del turismo de negocios en Corferias encontrado desde el estudio realizado por análisis cuasi experimental. Se ha tomado como parte fundamental el método de diferencias en diferencias que según Gertler, Martinez, Premand, Rawlings & Vermeersh (2011) “consiste en aplicar una doble

diferencia. Compara los cambios a lo largo del tiempo en la variable de interés entre una población inscrita en un programa (grupo tratamiento) y una población no inscrita (el grupo de comparación)” (p.96).

“El método de diferencias en diferencias computa la estimación del impacto de la siguiente manera:

1. Se calcula la diferencia del resultado (Y) entre las situaciones antes y después para el grupo tratamiento ($B - A$).
2. Se calcula la diferencia del resultado (Y) entre las situaciones antes y después para el grupo de comparación ($D - C$).
3. A continuación, se calcula la diferencia entre la diferencia en los resultados del grupo tratamiento ($B - A$) y la diferencia del grupo de comparación ($D - C$), o $DD = (B - A) - (D - C)$. Esta diferencia en diferencias es nuestra estimación del impacto (p.96 – 98, 2011).

Este método se aplica directamente con el turismo de negocios en el momento que se toman las dos zonas de estudio. Sin embargo, para que fuera medido el impacto turístico era necesario tomar factores externos que variaran con el tiempo, en esto consiste principalmente la aplicación del método de diferencias en diferencias. Por esta razón, se decidió tomar como factores externos la variable de empleo y número de habitaciones de Corferias y La Candelaria con el fin de poder medir si hubo un impacto directo en las dos zonas de carácter turístico en donde una estaba influenciada por la actividad de negocios y la otra carecía de dicha actividad.

Para poder aplicar el método de diferencias en diferencias en el marco del impacto del turismo de negocios en Corferias se realizaron los siguientes pasos:

1. Selección de 25 hoteles por zona.
2. Tabla con cantidad de empleos generados y número de habitaciones de los hoteles de cada zona.
3. Cálculo de la cantidad promedio de empleos y número de habitaciones anuales de cada zona.
4. Aplicación de método diferencias en diferencias
5. Medición del impacto turístico del turismo de negocios.

Lo mencionado anteriormente, se consolidó en una tabla de resultados anuales de las dos variables externas seleccionadas en este caso empleo y número de habitaciones por zona (ver anexo 4 a 7).

Teniendo en cuenta lo anterior, se realizaron dos tablas comparativas partiendo del año 2012 hasta el año 2015 en las que se presentan el valor promedio de crecimiento de empleo en una muestra representativa de hoteles de ambas zonas tomando la cantidad de empleos generados por hotel anualmente. En cuanto a la segunda variable, se tomó la cantidad de habitaciones promedio disponibles en cada zona por año partiendo de una muestra representativa.

En ambas zonas se tomaron 25 hoteles de referencia para que el resultado de diferencias en diferencias fuera equitativo y válido en el momento de comparar el resultado de la fórmula aplicada y el análisis sea más sustancioso para el estudio.

Por lo tanto, al finalizar el estudio cuantitativo de los resultados obtenidos se aplicó la fórmula de impacto de la diferencia en diferencia. Aplicando la teoría al estudio del impacto del turismo de negocios se calcula la diferencia entre las situaciones antes y después del grupo tratamiento y el grupo de comparación de cada variable. Posteriormente, se calculó la diferencia

entre la diferencia en los resultados obtenidos de cada grupo, siendo esta la estimación del impacto.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las siguientes tablas (ver tabla 28 y 29):

Tabla 28

Medición del impacto turístico a través del método de diferencias en diferencias

Variable de empleo			
	Después	Antes	Diferencia
Grupo tratamiento/turismo de negocios	9,1	6,1	3,0
Comparación/no turismo de negocios	8,9	9,1	-0,2
Diferencia	0,2	-3,0	3,2

Nota: la información calculada fue obtenida a partir de la investigación de número de empleados anuales promedio en hoteles de Corferias y La Candelaria, datos obtenidos del Registro Nacional de Turismo.

Tabla 29

Medición del impacto turístico a través del método de diferencias en diferencias

Variable de habitaciones			
	Después	Antes	Diferencia
Grupo tratamiento/turismo de negocios	23,8	18,3	5,5
Comparación/no turismo de negocios	12,9	13,2	-0,3
Diferencia	10,9	5,1	5,8

Nota: la información calculada fue obtenida a partir de la investigación de número de habitaciones anuales promedio en hoteles de Corferias y La Candelaria, datos obtenidos del Registro Nacional de Turismo.

Los resultados obtenidos permiten analizar que evidentemente la presencia de turismo de negocios en Corferias fue determinante en los últimos cuatro años para generar un crecimiento en el empleo de 3,0 puntos sobre un promedio que en 2012 era de 6,1 y al 2015 llegó a ser de 9,1. Lo cual explica, el por qué muchos de los negocios que presentan servicios hoteleros son pequeñas casas del sector que a lo largo de los años se han transformado en micro empresas dedicadas a prestar un servicio de alojamiento para visitantes de ferias, exposiciones y eventos en el recinto Corferias generando empleo en la zona siendo este un impacto turístico muy positivo. En contraste, la zona de La Candelaria presentó una disminución de 0,2 puntos en los últimos cuatro años sin tener presencia del turismo de negocios, siendo esto una razón

fundamental para demostrar que a pesar de ser una zona de interés turístico tiene un comportamiento diferente al tener ausente el turismo de negocios.

En cuanto al número de habitaciones, se puede observar que también tuvo un incremento en Corferias durante los últimos cuatro años de 5,5 promedio esto indica que también la llegada del turismo ha generado crecimiento de número de habitaciones, y por ende generación de empleo lo cual explica el resultado encontrado en esta variable. Adicionalmente, la importancia de la llegada de esta tipología a una zona que inicialmente se consideraba netamente residencial, lo cual explica la transformación de la infraestructura y actividades económicas entorno a la zona.

A continuación, se presentan dos gráficas basadas en el método diferencias en diferencias en la cual se puede observar de manera más clara los resultados obtenidos:

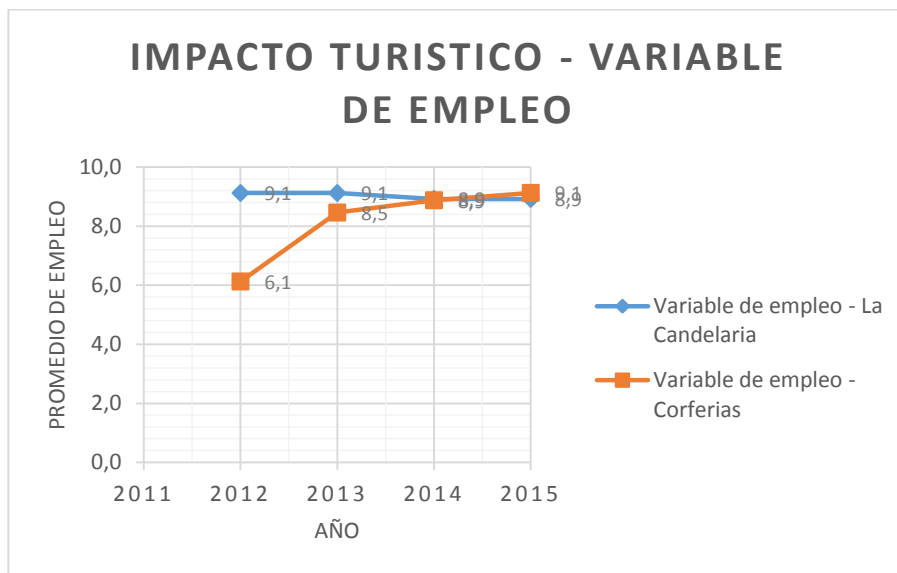


Figura 58. Gráfica de resultados variable de empleo aplicando el método de diferencias en diferencias.

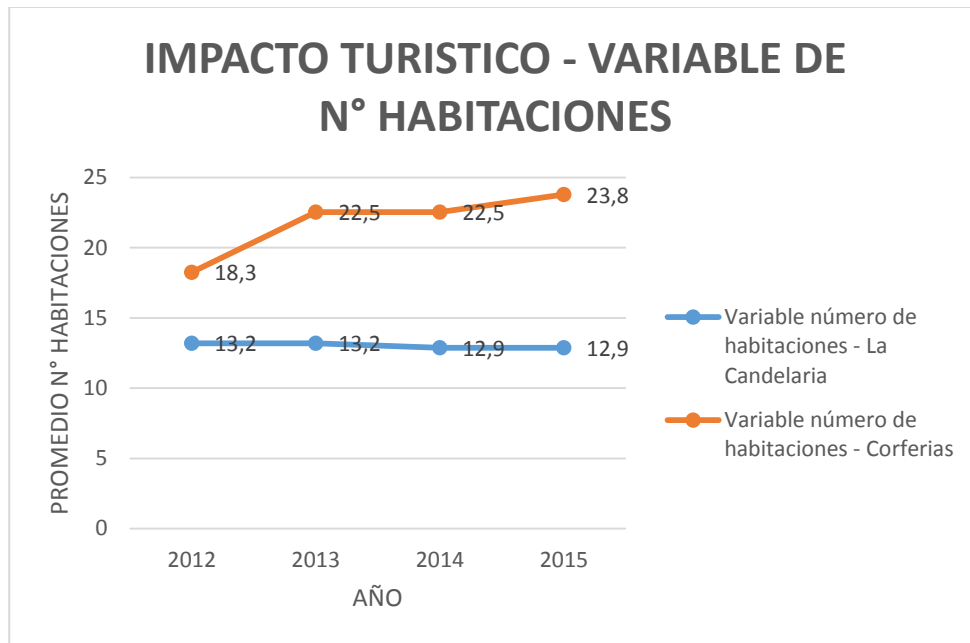


Figura 59. Gráfica de resultados variable de número de habitaciones aplicando el método de diferencias en diferencias.

A diferencia de Corferias se puede analizar que La Candelaria tuvo una disminución de número promedio anual de habitaciones de aproximadamente 0,3 que no es un cambio muy relevante. Sin embargo, si se puede demostrar que al estar ausente el turismo de negocios esta zona ha presentado un crecimiento totalmente distinto a Corferias.

Por lo tanto, las tablas realizadas con los resultados de las diferencias en diferencias muestran que la estimación del impacto del turismo de negocios en una zona de interés turístico si es determinante en el momento en que las dos zonas se analizan desde dos variables claves como el empleo y número de habitaciones promedio. El resultado más significativo se denota en el número de habitaciones en donde la diferencia de diferencias entre el después del grupo tratamiento y control presenta una diferencia de 10,9 que demuestra que en los últimos cuatro años se ha presentado un crecimiento superior en número de habitaciones en el Corferias que en

La Candelaria, a pesar de que ambas han tenido influencia turística se denota el impacto de los negocios en Corferias como eje de crecimiento y transformación de la zona.

Para sustentar el presente trabajo se aplicaron unas pruebas hipótesis, mediante la técnica ANOVA y el estadístico de decisión t, para probar la diferencia de medias (para el caso diferencia de promedios) con los datos obtenidos previamente en las encuestas. La técnica ANOVA se aplica cuando se requiere “el análisis de la varianza de dos factores siendo útil cuando los datos se clasifican en dos dimensiones diferentes, como en el caso de la varianza de dos factores con varias muestras por grupo” (Pérez, p.259). Esta técnica se desarrolla a través de Excel con la herramienta de análisis de datos, en donde se utiliza la herramienta análisis de varianza de dos factores con una sola muestra por grupos (M.Leguizamón, comunicación personal, mayo 2017).

La primera prueba de hipótesis refleja en promedio el número de empleos, número de habitaciones y porcentaje de ocupación en promedio anual por zona (ver tabla 30).

La hipótesis nula identificada en la tabla 31 con el símbolo $H_0: M_1 = M_2$ hace referencia al momento en el cual los resultados obtenidos de la zona control y la zona experimento, en este caso M_1 y M_2 , al ser procesados por la técnica ANOVA arrojan resultados iguales, es decir que se descarta que haya un impacto turístico en la zona, debido a que no habría diferencias significativas en los resultados encontrados. En cuanto a la hipótesis alternativa identificada como $H_1: M_1 \neq M_2$, representa que se encuentran diferencias significativas entre los resultados obtenidos de cada zona estudiada y por ende los datos arrojados por la técnica ANOVA, lo cual demostraría que en efecto si hay un impacto turístico de la zona experimento.

Tabla 30.

Prueba de hipótesis 1

AÑO	2012	2013	2014	2015
CORFER_EMPLEO	147	203	213	219
CANDE_EMPLEO	228	228	223	223
CORFE_HAB	438	541	541	571
CANDE_HAB	330	330	322	322
CORF_%OCP	0,2784	0,3636	0,4868	0,5352
CANDE_%OCUP	0,3776	0,4204	0,4668	0,4844

Nota: los datos utilizados para aplicar la prueba en Excel fueron tomados de las respuestas tabuladas en las encuestas aplicadas para la presente investigación.

La segunda prueba de hipótesis fue realizada teniendo en cuenta el empleo y se denomina prueba T para medias de dos muestras emparejadas en donde se toman los resultados encontrados de cada zona en la prueba de hipótesis 1 en cuanto a número de empleos y determinar cómo influye esta variable para demostrar el postulado de la investigación en cuanto a la influencia de una tipología de turismo de negocios en una zona que lo ha experimentado y otra que no (ver tabla 31).

Tabla 31.

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

Prueba de hipótesis 2

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

EMPLEO

Prueba t para medias de dos muestras emparejadas

	147	228
Media	211,666667	224,666667
Varianza	65,3333333	8,33333333
Observaciones	3	3

Coeficiente de correlación de Pearson	-0,92857143
Diferencia hipotética de las medias	0
Grados de libertad	2
Estadístico t	-2,081666
P(T<=t) una cola	0,0864149
Valor crítico de t (una cola)	2,91998558
P(T<=t) dos colas	0,17282981
Valor crítico de t (dos colas)	4,30265273

Nota: los datos utilizados para aplicar la prueba en Excel fueron tomados de las respuestas tabuladas en las encuestas aplicadas para la presente investigación.

De los resultados anteriores, se rechaza la prueba de hipótesis nula; es decir se acepta la hipótesis que asegura que el promedio de empleos en las dos zonas es diferente. Por lo tanto, si hay una influencia significativa del turismo de negocios en una zona como Corferias, debido a que, aunque esta zona era inicialmente residencial tuvo año a año un crecimiento importante en generación de empleo equiparando una zona como La Candelaria que ya llevaba mucho más tiempo posicionada como una zona de interés turístico desde años atrás.

La tercera prueba de hipótesis fue realizada teniendo en cuenta el número de habitaciones denominada como prueba T para medias de dos muestras emparejadas tomando los resultados de la prueba de hipótesis inicial en cuanto a número de habitaciones por zona. De esta manera se puede tener un soporte estadístico que indique si esta variable se ve influenciada por el turismo de negocios o no (ver tabla 32).

Tabla 32.

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

Prueba de hipótesis 3

$$H_1 : \mu_1 > \mu_2$$

HABITACIONES

Prueba t para medias de dos muestras emparejadas

	438	330
Media	551	324,6666667
Varianza	300	21,33333333
Observaciones	3	3
Coefficiente de correlación de Pearson	-0,5	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	2	
Estadístico t	19,5684547	
P(T<=t) una cola	0,00130065	
Valor crítico de t (una cola)	2,91998558	
P(T<=t) dos colas	0,0026013	
Valor crítico de t (dos colas)	4,30265273	

Nota: los datos utilizados para aplicar la prueba en Excel fueron tomados de las respuestas tabuladas en las encuestas aplicadas para la presente investigación.

De los resultados arrojados por esta tercera prueba, se rechaza la hipótesis nula; se acepta que el promedio en número de habitaciones en Corferias es mayor y durante el periodo estudiado fue mayor el crecimiento de habitaciones en la zona de Corferias. Lo anterior sustenta que realmente la tipología de turismo de negocios tiene un impacto turístico importante en el crecimiento de la zona, puesto que, aunque La Candelaria es zona de alta influencia de turismo no contó con el mismo crecimiento en número de habitaciones como Corferias. Por lo cual, se puede afirmar que la dinámica del turismo de negocios ha generado un crecimiento de oferta

habitacional mayor, que no se ve de igual manera en otras zonas logrando posicionar esta zona como un importante eje de crecimiento hotelero.

La cuarta prueba de hipótesis fue tomada como prueba T para dos medias de dos muestras emparejadas en cuanto a la variable de porcentaje de ocupación. Esta prueba toma como base los resultados de la prueba hipótesis uno aplicada para sustentar si la variable de porcentaje de ocupación también tiene una diferencia significativa entre las dos zonas de estudio o no (ver tabla 33).

Tabla 33.

Prueba de hipótesis 3

PORCENTAJE DE OCUPACIÓN

Prueba t para medias de dos muestras emparejadas

$H_0 : \mu_0 = \mu_1$
$H_1 : \mu_0 \neq \mu_1$

	0,2784	0,3776
Media	0,46186667	0,4572
Varianza	0,00782789	0,00109312
Observaciones	3	3
Coeficiente de correlación de Pearson	0,9999708	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	2	
Estadístico t	0,14586246	
P(T<=t) una cola	0,44870196	
Valor crítico de t (una cola)	2,91998558	
P(T<=t) dos colas	0,89740393	
Valor crítico de t (dos colas)	4,30265273	

Nota: los datos utilizados para aplicar la prueba en Excel fueron tomados de las respuestas tabuladas en las encuestas aplicadas para la presente investigación.

De esta última hipótesis se puede concluir que se acepta la hipótesis nula, es decir el promedio de porcentajes de ocupación ha sido igual en la serie histórica en las dos zonas. Por lo tanto, esta variable no se ve influenciada directamente por el turismo de negocios y se puede sustentar en mayor medida al hecho que al ser ambas zonas de interés turístico hay un afluente importante en cuanto a llegada de viajeros que ocupan el número de habitaciones por zona.

Estas pruebas permiten sustentar que la variable de empleo y número de habitaciones efectivamente tienen un impacto mayor con diferencias significativas entre la zona de Corferias sobre La Candelaria. Por lo tanto, se soporta con los resultados encontrados que las variables de crecimiento en porcentaje de empleo y número de habitaciones se atribuye a la dinámica generada por el turismo de negocios en Corferias. Lo anterior evidenciado en la llegada de nuevos negocios hoteleros en la zona, desarrollo de la infraestructura turística, desarrollo y gestión de proyectos enfocados en el estímulo a los empresarios hoteleros a invertir en Corferias y la importancia que en los últimos años se le ha brindado a la zona para que continúe el crecimiento de la misma y se aumente el número de eventos, ferias, congresos y convenciones.

6. Conclusiones y recomendaciones

El estudio de impacto turístico con la metodología cuasi experimental y la metodología de diferencias en diferencias no había sido aplicado a un caso comparativo como el de Corferias y La Candelaria. Los resultados encontrados permiten concluir que efectivamente hay variables diferenciales en el turismo que hacen que sus zonas turísticas se desarrollen con dinámicas completamente distintas, de acuerdo con los parámetros que los actores del turismo crean a través del tiempo.

En el caso de Corferias, efectivamente hay un impacto turístico que ha implicado cambios importantes en la zona, sus habitantes y visitantes. Toda la dinámica del turismo de negocios, la inversión estatal y extranjera en la zona, la construcción de espacios para ejecución de eventos y actividades de negocios son factores determinantes en la consecución del cambio de dinámicas de desarrollo del turismo allí.

En el proceso de investigación y recolección de datos para la consolidación del trabajo se encontró que en materia de turismo no hay estudios estadísticos ni aplicación de este tipo de metodologías que permitan realizar un análisis del crecimiento de una tipología turística. Por lo cual se concluye que se debería trabajar más en estudios relacionados con cifras de crecimiento de variables económicas y sociales a través de aplicación de metodologías como la cuasi experimental para lograr generar análisis importantes sobre temas de impactos en el turismo.

El impacto turístico de una tipología de turismo puede ser vista desde la comparación de dos zonas de interés turístico con vocación distinta y aplicar la metodología cuasi experimental. Sin embargo, se evidencia en este caso de estudio la necesidad de contar con más información que permita consolidar resultados medibles que permitan dar resultados más certeros. Aun así, se espera que esta sea una base inicial para futuras investigaciones relacionadas con impacto turístico y que pueda ser mejorada desde que se modifiquen algunos parámetros de investigación de estudio.

Se recomienda que desde la academia se desarrollen herramientas que permitan la consolidación de estudios de medición de impacto turístico para contar con resultados más significativos en materia de fortalecimiento de características diferenciadoras del turismo de ciudades en Colombia con potencial de generar crecimiento económico y social.

Tablas.

Tabla 1.

Base de datos oferta turística de Corferias

PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS - CORFERIAS					
NÚMERO	NÚMERO DE RNT	TIPO DE PRESTADOR	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO
1	32172	HOTEL	HOTEL MACAO COLOMBIA S.A.S	AC 24 NO. 44 A 21	7468075
2	26834	HOTEL	SPLENDOR APARTAHOTEL	CL 22 B NO. 43 A 32	2447890
3	35208	HOTEL	HOTEL BLACK TOWER PREMIUM	AV ESPERANZA NO. 43 A 21	7424759
4	32896	HOTEL	HOTEL DC FERIA	CALLE 22 B N° 43 B-04	
5	27253	HOTEL	HOTEL ARISTONS	CR 36 NO. 25 22	6256329
6	13249	HOTEL	HOTEL PLATINUM SUITE	DG. 22B NO. 40-76	2685627
7	34908	HOTEL	HOTEL DORADO FERIA	CL 25 NO. 38 08	3204829
8	39070	HOTEL	HOTEL RIVERA INN	AC 22 NO. 43 A 48	3002422845
9	31459	HOTEL	HOTEL PASAJERO SUITES	CR 39 NO. 25 A 12	8132551
10	32982	HOTEL	HOTEL FJ BOUTIQUE	CR 43 B NO. 24 A 10	5720001
11	20295	HOTEL	HOTEL SPLENDOR	AC 24 NO. 40 46	3687644
12	16143	HOTEL	HOTEL EMBASSY PARK	V ESPERANZA CL 24 NO. 44A-7	2681666
13	68666	HOTEL	HOTEL ESTELAR DE LA FERIA	AVENIDA CALLE 24 NO. 43A-85	5978240
14	15515	HOTEL	HOTEL DIAMANTE INTERNACIONAL	AV LA ESPERANZA NO. 40 70	2682290
15	33617	HOTEL	HOTEL SHERIDAN	CL 25 NO. 37 A 06	7565600
16	24693	HOTEL	EXPOHOTEL FERIA	CR 37 NO. 25 B 65	3408336
17	26338	HOTEL	HOTEL BOGOTA EXPOCONFORT	CII 25 N 40-17	4770066
18	36967	HOTEL	BLU INN HOTEL	AK 40 NO. 24 D 23	3795960
19	31074	HOTEL	HOTEL BOUTIQUE FERIA INTERNACIONAL	CL 24 A NO. 42 21	2691980
20	14341	HOTEL	HOTEL SANTA FE REAL	AV ESPERANZA NO. 40 31	3686817
21	39945	HOTEL	HOTEL SANTA CRUZ CORFERIAS	CL 22 BIS N° 43 B - 05	4646010
22	10686	HOTEL	HOTEL COLOMBIANS SUITE INTERNACIONAL	CR 43 A NO. 24C-06	
23	29864	HOTEL	HOTEL CASA LAMAY	CL 24 A NO. 43 B 29	2692410
24	25660	HOTEL	CASA HOTEL INTERNACIONAL	Cra 42 N° 24 A - 10	269 9609
25	33622	HOTEL	HOTEL MONTECARLO BOUTIQUE	CL 24 D NO. 43 A 89	2692369
26	30843	HOTEL	HOTEL CASA MAHANAIM	CL 24 C NO. 40 10	3134803965
27	28106	HOTEL	HOTEL ECOFERIABOUTIQUE	AC 24 NO. 43 A 63	2696230
28	37298	HOTEL	HOTEL AGORA COLONIAL	CR 43 A NO. 22 A 51	5519805
29	9644	HOTEL	HOTEL CASA EMBAJADA COLONIAL	CRA 44 A NO. 24 A 60	2447994
30	32399	HOTEL	HOTEL FERIA NOVA	CR 44 A NO. 22 A 47	4586046
31	40286	HOTEL	HOTEL PLAZA MIRANDA	CR 33 NO. 25 A 48	2680235
32	20994	HOTEL	HOTEL EJECUTIVO AV. LA ESPERANZA	AC 24 NO. 47 A 23	3690420
33	25781	HOTEL	HOTEL CENTRAL HOUSE BOGOTÁ	CR 39 NO. 25A-55	4602824
34	20511	HOTEL	HOTEL SEBASTIAN INN	CR 33 NO. 25 A 42	2680235
35	37257	HOTEL	HOTEL CHANDELIER	CL 22 BIS NO. 43 B 56	3006932443
36	8734	HOTEL	HOTEL TURÍSTICO INTERNACIONAL GRAN AMÉR	CL 24 NO. 32-86	2694903
37	18011	HOTEL	HOTEL EJECUTIVO LA EMBAJADA	CL 24 B NO. 44 A 22	3682218
38	37250	HOTEL	HOTEL AG BOUTIQUE	Carrera 43 b 22a-70	7021174
39	24501	HOTEL	HOTEL RADEL BOGOTA	CL 24 A NO. 44 A 57	4753120
40	39945	HOTEL	HOTEL SANTA CRUZ CORFERIAS	CL 22 BIS N° 43 B - 05	4646010
41	9159	HOTEL	HOTEL SUITE BOGOTA COLONIAL	CL 24 C NO. 44 35	2442434
42	24404	HOTEL	HOTEL REAL SUPERIOR	AC 40 NO. 25-72	4050265
43	39275	HOTEL	TERRAZA HOTEL BOGOTA	CR 43 A NO. 24 D 18	3104798703
44	18428	HOTEL	HOTEL EMPORIUM	CR 33 NO. 25 A 04	2680236
45	24476	HOTEL	HOTEL CASA AMERICANA	CL 24 D NO. 44 A 73	2698875
46	35221	HOTEL	HOTEL AMERICAN DELUXE	AK 40 NO. 25 28	2693309

Nota: La información fue tomada de la página del Registro Nacional de Turismo (RNT)

<http://rnt.confecamaras.co/>

Tabla 2*Base de datos oferta turística de La Candelaria*

PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS - LA CANDELARIA					
NÚMERO	NÚMERO DE RNT	TIPO DE PRESTADOR	NOMBRE	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO
1	22299	HOTEL	HOTEL AUGUSTA	Avenida Jiménez # 4 - 77	2838300
2	11490	HOTEL	HOTEL ABADIA COLONIAL	CL 11 N° 2-32	3411884
3	23503	HOTEL	MUISCA OPERADORA DE HOTELES S.A	CL 10 # 0-25 ESTE	2810644
4	28275	HOTEL	THE ORCHIDS HOTEL	CR 5 NO. 10-55	7455438
5	11470	HOTEL	AVENIDA JIMENEZ HOTEL	AV JIMENEZ NO. 4-71	2436685
6	20493	HOTEL	CONTINENTAL ALL SUITES HOTEL	AV JIMENEZ NO- 4 16	6063000
7	33376	HOTEL	BED & BREAKFAST CHORRO QUEVEDO	CL 12 B BIS A NO. 1 53	8609233
8	26053	HOTEL	HOTEL CASA GUADALUPE	CL 12 B BIS NO. 1-21	2829667
9	36202	HOTEL	APARTA SUITE EDIFICIO CONTINENTAL	AC 13 NO. 4 16 AP 215	3134921196
10	25983	HOSTAL	MASAYA HOSTAL	CR 2 NO. 12-48	2437513
11	25944	HOSTAL	EXPLORA HOSTELS SAS	CL 12 C No. 3-19	2829320
12	39001	HOSTAL	ARCHE NOAH GUESTHOUSE	CL 12 F NO. 2 09	2434062
13	16378	HOSTAL	HOSTAL SUE CANDELARIA	CR 3 NO. 12 C-18	3412647
14	13877	HOTEL	POSADA ANANDAMAYI	CL 9 NO. 2-81	3417208
15	16379	HOTEL	IKU HOSTEL BACKPACKERS BOGOTA	CL 12F NO. 2-55	3348894
16	21922	HOSTAL	CASA BELLA VISTA HOSTEL	CR 2 NO. 12 B 31	3138014212
17	40327	HOSTAL	HOSTAL YEPETO	CR 1 NO. 12 D 78	3418873
18	20533	HOSTAL	HOSTAL BALUARTE LA CANDELARIA	Calle 12 B # 0 - 43	3428491
19	17529	HOTEL	DESTINO NOMADA BOGOTA	CL 11 NO. 01-38	3520932
20	7706	HOTEL	HOTEL SAN PABLO DI TORINO	CR 9 NO. 9 69	3415729
21	25080	HOSTAL	HOSTAL BUENA VIDA	Calle 12B Nro 2-29	3419117
22	21524	HOSTAL	CHOCOLATE HOSTEL	CL 12 F NO. 2 43	2811576
23	22772	HOSTAL	SAYTA HOSTAL	CL 13 NO. 0 ESTE 13	3410372
24	20550	HOSTAL	HOSTAL CASA QUEVEDO	CR 1 A NO. 12 B 30	2812526
25	20551	HOSTAL	HOSTAL AVENTUREROS DE LA CANDELARIA	CR 3 NO. 12 C 82	3412711

Nota: La información fue tomada de la página del Registro Nacional de Turismo (RNT)<http://rnt.confecamaras.co/>

Tabla 11

Base de datos restaurantes de Corferias legalmente registrados

RESTAURANTES DE CORFERIAS				
NÚMERO	NIT O RNT	RAZÓN SOCIAL	RESTAURANTE	Número de empleados
1	900539877 - 1	INVERSIONES EXCLUSIVAS SAS	Restaurante Galería Colombia	4
2	830023946 - 2	ALIMENTOS SPRESS LIMITADA	Natural Food Restaurante Café	2
3	800023732 - 4	JORASTEL ASESORES TECNICOS LIMITADA JORASTEL LTDA.	Restaurante 3 Cuartos	6
4	51939463	PEREZ LEAL AURA ABIGAIL DEL PILAR	Krummer Express	2
5	860533413 - 6	I R C C LIMITADA INDUSTRIA DE RESTAURANTES CASUALES LTDA	Hamburguesas El Corral - Corferias	13
6		RED ANGUS STEAK & BEER HOUSE S A S	Red Angus Steak & Beer House	3
7	900602780 - 5	OPERADORES HOTELEROS FJ UNIDOS S A S	Mr Frank Burguer y Pizza	4
8	CANCELADO	SABROSURAS RICO CON EL SABOR DE LA ABUELA	Rico con El Sabor de La Abuela	5
9	800139256-9	RESTAURANTE TIPICO ANTIOQUEÑO LAS ACACIAS S A	Restaurante Las Acacias	10

Nota: La información fue tomada de la página del Registro Nacional de Turismo (RNT)

<http://rnt.confecamaras.co/> y de la página del Sistema de Información y Reporte Empresarial

(SIREM) <http://sirem.supersociedades.gov.co:9080/Sirem2/>

Tabla 12*Base de datos restaurantes de La Candelaria legalmente registrados*

RESTAURANTES DE LA CANDELARIA				
NÚMERO	NIT O RNT	RAZÓN SOCIAL	RESTAURANTE	Número de empleados
1	51580149	BORDA BELTRAN MERCEDES	LOS BOHEMIOS	3
2	900559224 - 8	INVERSIONES SALOME Y NICOLAS RODRIGUEZ SAS - INSANIR SAS	ASADERO LOS LEÑITOS	8
3	900755006 - 9	INVERSIONES GLOBAZUL S.A.S	MAKISHIRO SUSHI Y WOK	6
4	27955317	BARON AZUERO MAGDALENA	QUINUA Y AMARANTO	2
5	79537650	ROA VERA JAVIER ANTONIO	EL GATO GRIS	10
6	51957232	CORTES GUTIERREZ LINA MARIA	CASA DE CITAS	5
7	348611	MAMBERTI ALESSANDRA	TRATTORIA NURAGE	6
8	80148224	MORENO SORIANO JOHN EDWARD ALEJANDRO	CAFÉ PARA DOS	5
9	19260725	ORTIZ RUIZ OSCAR	EL SON DE LOS GRILLOS	1
10	79779775	ALVAREZ PERDOMO JUAN PABLO	CAPITAL COCINA CAFÉ	3
11	900751512 - 6	INVERSIONES CEDIEL GOMEZ S.A.S	LA BRUJA	12
12	79143309	GONZALEZ GUTIERREZ JUAN CARLOS	ANDANTE MA NON TROPPO	9
13	830144056 - 1	HAMBURGUESERIAS S A S	LA HAMBURGUESERÍA LA CANDELARIA	16
14	800124979 - 1	ADMINISTRADORA MONSERRATE SAS	RESTAURANTE CASA SANTA CLARA	26
15	900707014 - 3	MUNDO CULINARIO S.A.S	T-BONE	2
16	19077334	SILVA VELASQUEZ LUIS DOMINGO	ENCHILADAS COCINA MEXICANA	3

*Nota: La información fue tomada de la página del Registro Nacional de Turismo (RNT)**<http://rnt.confecamaras.co/> y de la página del Sistema de Información y Reporte Empresarial**(SIREM) <http://sirem.supersociedades.gov.co:9080/Sirem2/>*

Figuras.

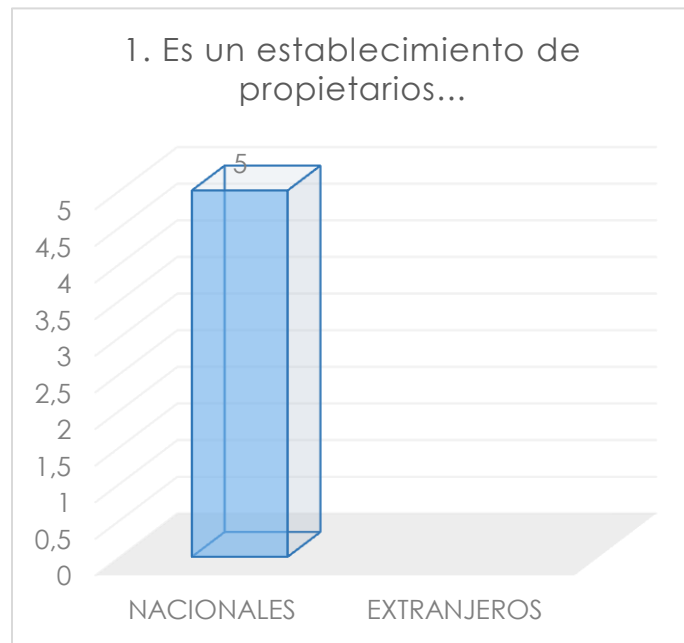


Figura 9. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 1.

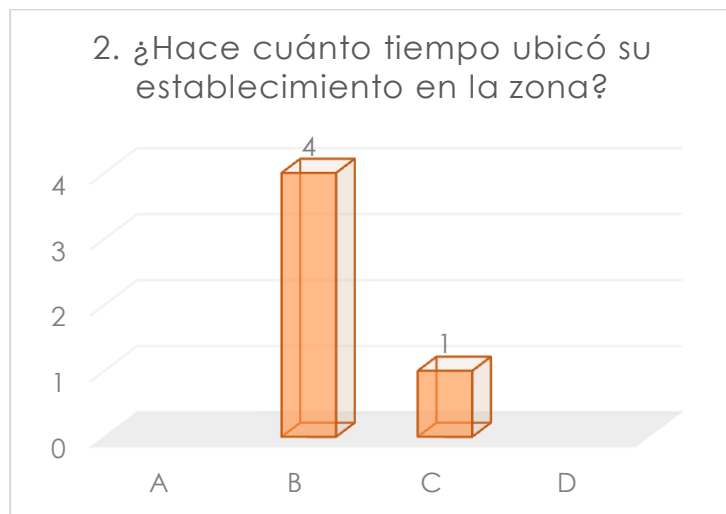


Figura 10. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 2.

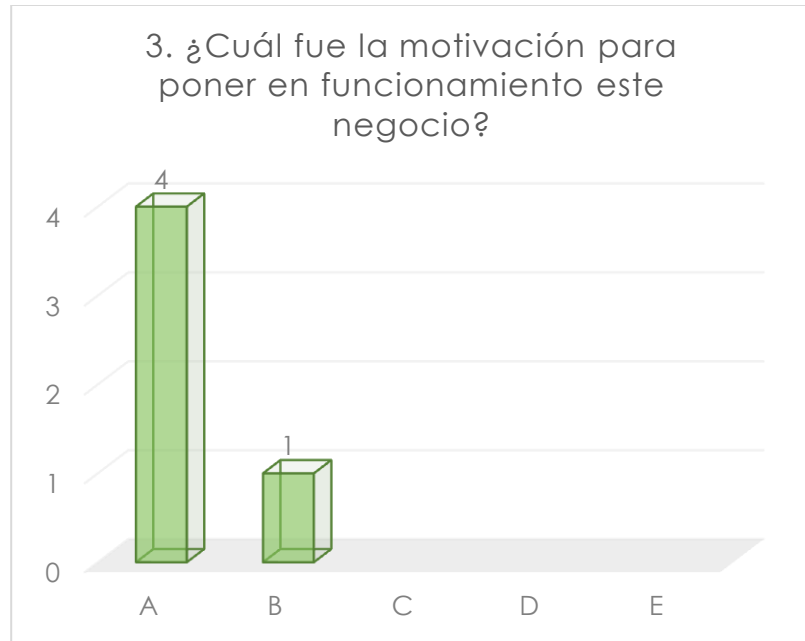


Figura 11. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 3.

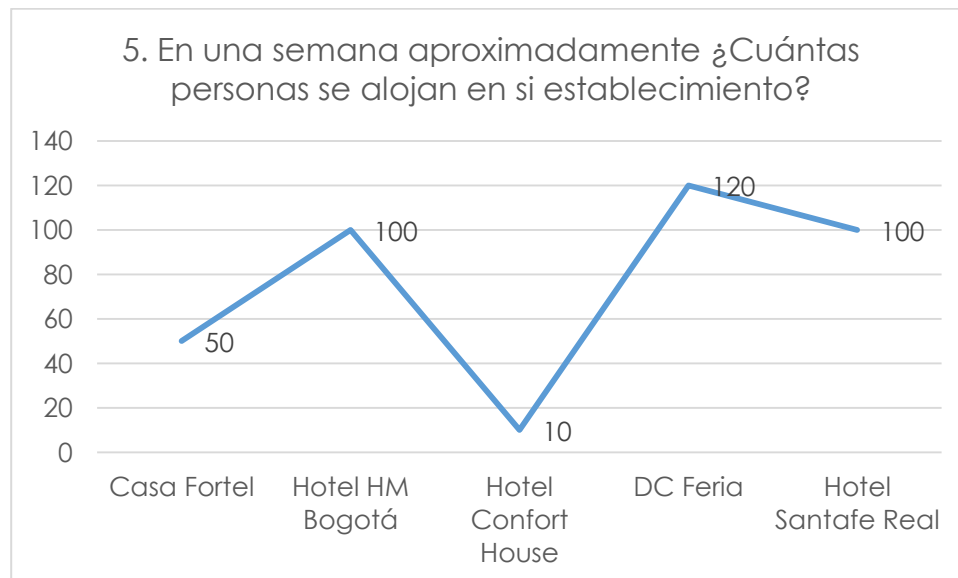


Figura 12. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 5.

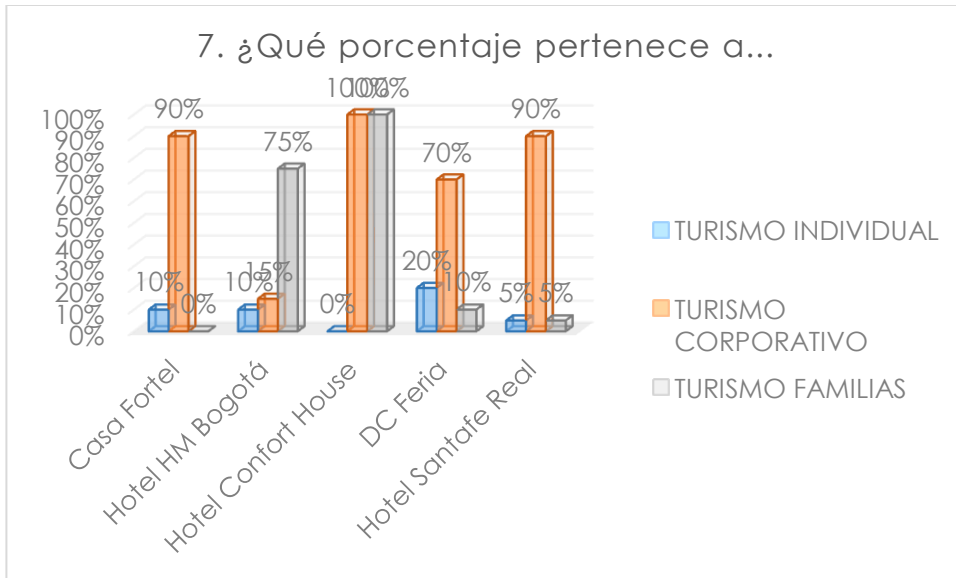


Figura 13. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 7.

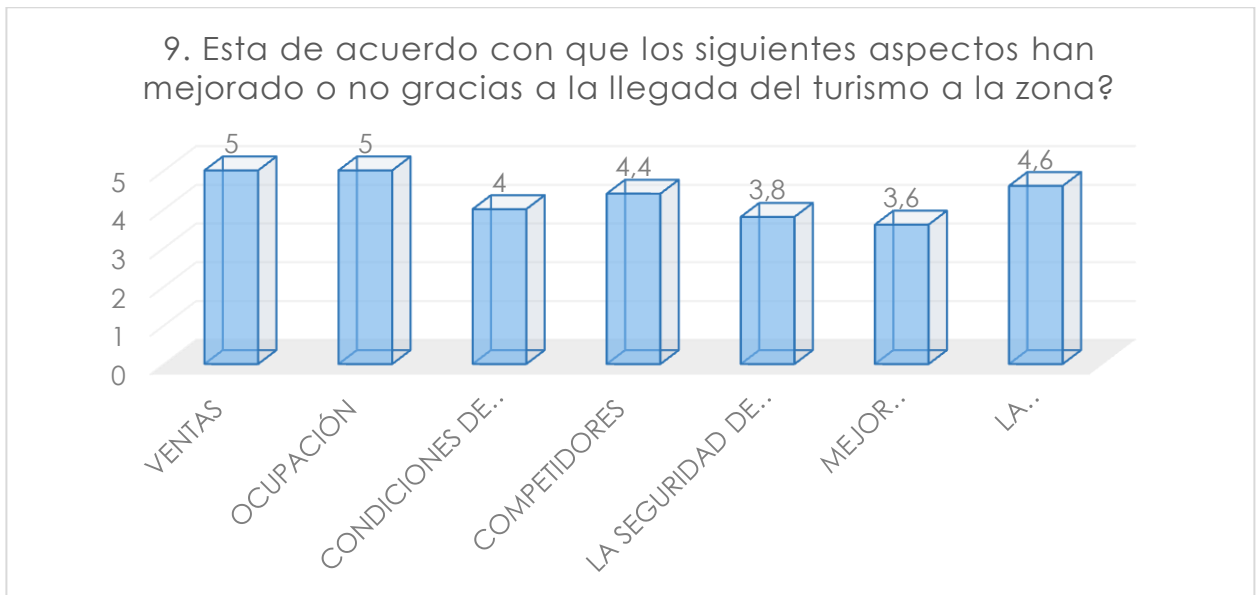


Figura 14. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 9.

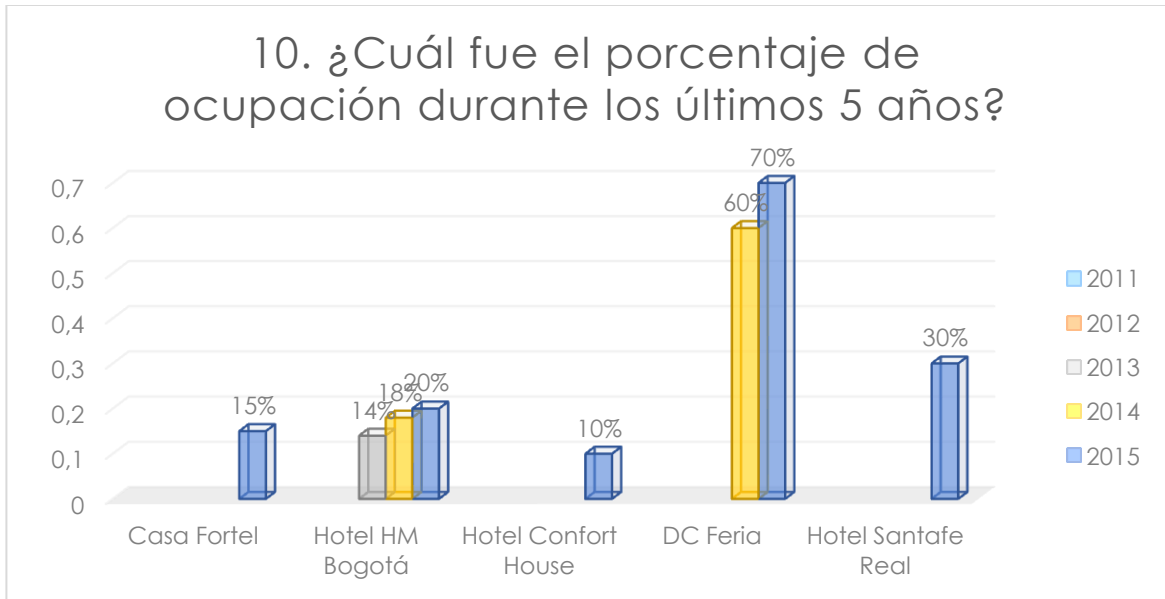


Figura 15. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a oferta turística en Corferias pregunta 10.

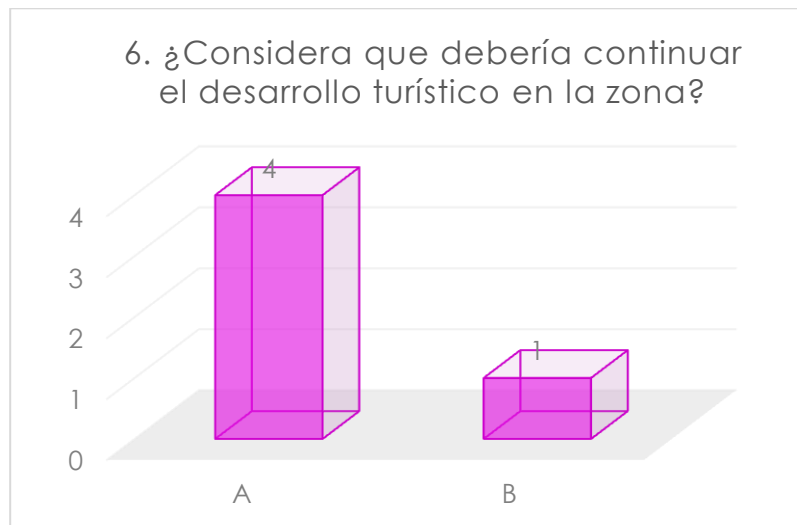


Figura 22. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a población residente en Corferias pregunta 10.

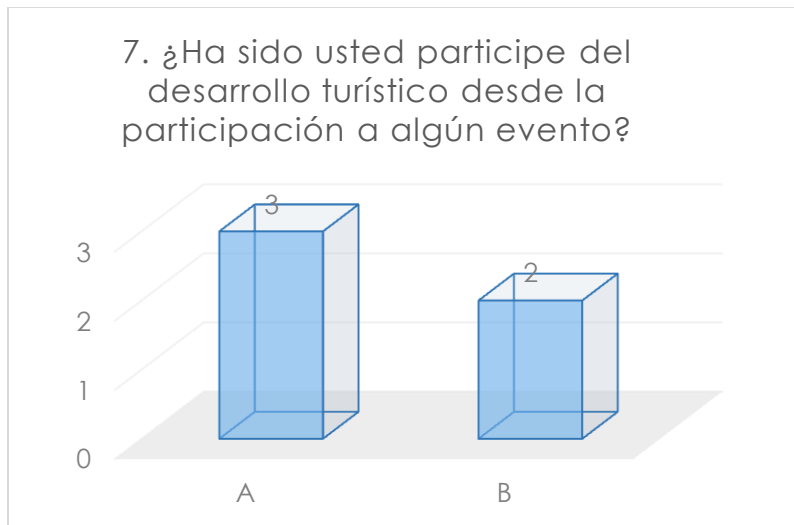


Figura 23. Gráfica resultados encuesta prueba piloto a población residente en Corferias pregunta 10.

Anexos

Anexo 1. Encuesta oferta turística

Encuesta oferta turística

Nombre del establecimiento:	Cargo del encuestado
-----------------------------	----------------------

Fecha encuesta:	DD/MM/AA	[]	[]	[]
-----------------	----------	-----	-----	-----

1. Es un establecimiento de propietarios:
 - a. Nacionales
 - b. Extranjeros
2. ¿Hace cuánto tiempo ubicó su establecimiento en la zona?
 - a. Menos de 1 año
 - b. Un año a 5 años
 - c. Entre 5 a 10 años
 - d. 10 o más años
3. ¿Cuál fue la motivación para poner en funcionamiento este negocio?
 - a. Ubicación estratégica
 - b. Crecimiento económico de la zona
 - c. Incremento de la llegada de visitantes a la zona
 - d. Exención de renta sobre la renta a la hotelería
 - e. Otros ¿Cuál? _____
4. ¿Cuántos empleos está generando su establecimiento?
 - a. Entre 1 y 5
 - b. Entre 6 y 10
 - c. Entre 11 y 15
 - d. Más de 15
5. En una semana aproximadamente ¿cuántas personas se alojan en su establecimiento? _____
6. ¿Qué porcentaje de esos huéspedes vienen por motivos de negocios? _____
7. ¿Qué porcentaje pertenece a
 - a. Turismo individual
 - b. Turismo corporativo
 - c. Turismo familias
8. ¿Cuál ha sido el mayor beneficio que el turismo le ha traído como empresario?
 - a. Aumento de las utilidades
 - b. Crecimiento empresarial
 - c. Llegada de más clientes
 - d. Fortalecimiento del sector turístico y hotelero
 - e. Otro ¿Cuál? _____
9. ¿Está de acuerdo con que los siguientes aspectos han mejorado en su empresa gracias al turismo?
 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4= Acuerdo 5= Muy de acuerdo
 1. Ventas _____
 2. Aumento de la ocupación _____
 3. Las condiciones de la zona _____
 4. Han llegado nuevos competidores _____
 5. La seguridad ha mejorado _____
 6. La infraestructura ha mejorado _____
 7. La transformación de la zona _____
10. ¿Cuál fue el porcentaje de ocupación promedio en los últimos 5 años?

2011	_____	2012	_____	2013	_____	2014	_____	2015	_____
------	-------	------	-------	------	-------	------	-------	------	-------

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO

Anexo 2. Encuesta demanda turística

Encuesta demanda turística - Turistas

Lugar de aplicación _____

Fecha encuesta: DD/MM/AA

I. Características demográficas

1. ¿Cuál es su procedencia?

a.	Nacional	
b.	Extranjera	
2. ¿Cuál es su nacionalidad? _____
3. Género

a.	Masculino	
b.	Femenino	
4. ¿En qué rango se encuentra su edad?

a.	Menor de 18 años	
b.	Entre 18 y 25 años	
c.	Entre 26 y 45 años	
d.	Entre 46 y 64 años	
e.	Más de 65 años	

II. Percepción de la zona

5. ¿Cómo considera el acceso a Corferias?

a.	Excelente	
b.	Bueno	
c.	Regular	
d.	Malo	
6. ¿Considera que Corferias tiene condiciones de seguridad suficientes?

a.	Sí	
b.	Parcialmente	
c.	No	
7. ¿Cómo califica los precios de los establecimientos comerciales de Corferias?

a.	Demasiado costosos	
b.	Costosos	
c.	Normales	
d.	Económicos	
8. ¿La información turística que recibió de Corferias fue adecuada?

a.	Sí	
b.	No	
c.	No recibí información	
d.	Fue incompleta	

III. Características del viaje

9. ¿Cuál fue el principal motivo de su visita a Corferias?

a.	Vacaciones/Descanso	
b.	Negocios	
c.	Asistencia a congreso/feria/convención	
d.	Otro	¿Cuál? _____
10. ¿Cuál ha sido su gasto promedio por día en Corferias? _____
11. ¿En cuál de los siguientes rubros ha sido mayor su gasto?

a.	Alojamiento	
b.	Alimentos y bebidas	
c.	Transporte local	
d.	Souvenirs/Regalos	
e.	Otro	¿Cuál? _____
12. ¿A cuál categoría considera usted que pertenece Corferias?

a.	Histórico y cultural	
b.	Negocios	
c.	Naturaleza	
d.	Gastronómico	
e.	Salud	
f.	Congresos, ferias y convenciones	
g.	Otro	¿Cuál? _____
13. ¿Cómo ha sido su experiencia en Corferias?

a.	Excelente	
b.	Buena	
c.	Regular	
d.	Mala	
14. ¿Cuál considera que es la principal facilidad de la zona Corferias?

a.	Cercanía con La Embajada de Estados Unidos	
b.	Cercanía a la Universidad Nacional	
c.	Localización de Corferias	
d.	Otro	¿Cuál? _____

Anexo 3. Encuesta población residente

Encuesta población residente

Lugar de aplicación	_____
----------------------------	-------

Fecha encuesta:	DD/MM/AA	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>
------------------------	----------	---	---	---

1. ¿Cómo considera que es el desarrollo turístico de la zona?
 - a. Muy bueno
 - b. Bueno
 - c. Malo
 - d. No debería haberse dado turismo

2. ¿En cuánto se han valorizado aproximadamente los inmuebles en la zona? _____

3. ¿Ha incrementado el valor de los servicios públicos en la zona?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Siguen igual

4. ¿Cuál es su percepción de la seguridad desde que se empezó a desarrollar el turismo?
 - a. Ha mejorado
 - b. Ha empeorado
 - c. No hay seguridad

5. ¿Considera que la zona se ha visto afectada ambientalmente por el desarrollo turístico?
 - a. Si
 - b. No

6. ¿Considera que debería continuar el desarrollo turístico de la zona?
 - a. Si
 - b. No

8. ¿Ha sido usted participe del desarrollo turístico desde la participación a algún evento?
 - a. Si ¿Cuál? _____
 - b. No

Anexo 4. Medición de variable empleo – Corferias

Variable de empleo - Corferias				
Prestador de servicios turísticos	2012	2013	2014	2015
Aparta-hotel Splendor	10	15	25	31
Hotel Splendor				
Expohotel Bogotá	0	4	4	4
Hotel American Deluxe	9	9	9	9
Hotel Lemus Plaza	0	4	4	4
Hotel Stay Blue	3	3	3	3
Hotel Business Center	2	2	2	2
Hotel Casa Americana	4	4	4	4
Hotel Pasajero Suites	3	3	3	3
Hotel Rivera Inn	5	5	5	5
Hotel Quality Confort House	4	4	4	4
Casa Hotel Internacional	1	1	1	1
Hotel Expo Inn	7	7	7	7
Hotel Dorado Ferial	17	17	17	17
Hotel Boutique City Center	9	9	9	9
Hotel Santa Fe Real	12	12	12	12
Hotel Platinum Suite	19	19	19	19
Hotel Black Tower Premium	0	36	36	36
Hotel Santa Cruz Corferias	7	7	7	7
Hotel Casa Mahanaim	4	4	4	4
Hotel Boutique Feria Internacional	2	2	2	2
Hotel Real Estación	0	7	7	7
Hotel Sheridan	8	8	8	8
Hotel Salitre Real	11	11	11	11
Hotel Bogota Expocomfort	10	10	10	10
Resultados	6,1	8,5	8,9	9,1

Anexo 5. Medición de variable empleo – La Candelaria

Variable de empleo - La Candelaria				
Prestador de servicios turísticos	2012	2013	2014	2015
HOTEL AUGUSTA	48	48	48	48
HOTEL ABADIA COLONIAL	13	13	13	13
MUISCA OPERADORA DE HOTELES S.A	8	8	8	8
THE ORCHIDS HOTEL	6	6	6	6
AVENIDA JIMENEZ HOTEL	5	5	5	5
CONTINENTAL ALL SUITES HOTEL	65	65	65	65
BED & BREAKFAST CHORRO QUEVEDO	3	3	3	3
HOTEL CASA GUADALUPE	5	5	5	5
APARTA SUITE EDIFICIO CONTINENTAL	2	2	2	2
MASAYA HOSTAL	12	12	12	12
EXPLORA HOSTELS SAS	13	13	13	13
ARCHE NOAH GUESTHOUSE	2	2	2	2
HOSTAL SUE CANDELARIA	4	4	4	4
POSADA ANANDAMAYI	5	5	5	5
IKU HOSTEL BACKPACKERS BOGOTA	3	3	3	3
CASA BELLA VISTA HOSTEL	3	3	3	3
HOSTAL YEPETO	4	4	4	4
HOSTAL BALUARTE LA CANDELARIA	1	1	1	1
DESTINO NOMADA BOGOTA	5	5	0	0
HOTEL SAN PABLO DI TORINO	2	2	2	2
HOSTAL BUENA VIDA	2	2	2	2
CHOCOLATE HOSTEL	11	11	11	11
SAYTA HOSTAL	2	2	2	2
HOSTAL CASA QUEVEDO	2	2	2	2
HOSTAL AVENTUREROS DE LA CANDELARIA	2	2	2	2
Resultados	9,1	9,1	8,9	8,9

Anexo 6. Medición de variable No. De habitaciones – Corferias

Variable número de habitaciones - Corferias				
Hotel	2012	2013	2014	2015
Aparta-hotel Splendor	40	40	40	70
Hotel Splendor				
Expohotel Bogotá	0	17	17	17
Hotel American Deluxe	34	34	34	34
Hotel Lemus Plaza	0	9	9	9
Hotel Stay Blue	16	16	16	16
Hotel Business Center	18	18	18	18
Hotel Casa Americana	9	9	9	9
Hotel Pasajero Suites	15	15	15	15
Hotel Rivera Inn	20	20	20	20
Hotel Quality Confort House	14	14	14	14
Casa Hotel Internacional	9	9	9	9
Hotel Expo Inn	15	15	15	15
Hotel Dorado Ferial	32	32	32	32
Hotel Boutique City Center	26	26	26	26
Hotel Santa Fe Real	35	35	35	35
Hotel Platinum Suite	34	34	34	34
Hotel Black Tower Premium	0	51	51	51
Hotel Santa Cruz Corferias	20	20	20	20
Hotel Casa Mahanaim	15	15	15	15
Hotel Boutique Feria Internacional	11	11	11	11
Hotel Real Estación	0	26	26	26
Hotel Sheridan	30	30	30	30
Hotel Salitre Real	27	27	27	27
Hotel Bogota Expocomfort	18	18	18	18
Resultados	18,3	22,5	22,5	23,8

Anexo 7. Medición de variable No. De habitaciones – La Candelaria

Variable número de habitaciones - La Candelaria				
Hotel	2012	2013	2014	2015
HOTEL AUGUSTA	68	68	68	68
HOTEL ABADIA COLONIAL	12	12	12	12
MUISCA OPERADORA DE HOTELES S.A	14	14	14	14
THE ORCHIDS HOTEL	7	7	7	7
AVENIDA JIMENEZ HOTEL	15	15	15	15
CONTINENTAL ALL SUITES HOTEL	8	8	8	8
BED & BREAKFAST CHORRO QUEVEDO	6	6	6	6
HOTEL CASA GUADALUPE	12	12	12	12
APARTA SUITE EDIFICIO CONTINENTAL	5	5	5	5
MASAYA HOSTAL	18	18	18	18
EXPLORA HOSTELS SAS	28	28	28	28
ARCHE NOAH GUESTHOUSE	7	7	7	7
HOSTAL SUE CANDELARIA	10	10	10	10
POSADA ANANDAMAYI	12	12	12	12
IKU HOSTEL BACKPACKERS BOGOTA	9	9	9	9
CASA BELLA VISTA HOSTEL	4	4	4	4
HOSTAL YEPETO	11	11	11	11
HOSTAL BALUARTE LA CANDELARIA	7	7	7	7
DESTINO NOMADA BOGOTA	8	8	0	0
HOTEL SAN PABLO DI TORINO	22	22	22	22
HOSTAL BUENA VIDA	11	11	11	11
CHOCOLATE HOSTEL	15	15	15	15
SAYTA HOSTAL	4	4	4	4
HOSTAL CASA QUEVEDO	7	7	7	7
HOSTAL AVENTUREROS DE LA CANDELARIA	10	10	10	10
Resultados	13,2	13,2	12,9	12,9

Referencias

- Alcaldía Local de Teusaquillo. (2013). Localidad de Teusaquillo. Recuperado de <http://www.teusaquillo.gov.co/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2014). Ubicación de la ciudad. Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/ciudad/ubicacion>
- América economía. (2014). Ranking 2014 Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina. Recuperado de: <http://rankings.americaeconomia.com/mejores-ciudades-para-hacer-negocios-2014/ranking/>
- Angel. J & Sedano, M. (s.f.). *Estimación puntual y estimación por intervalos de confianza*. 1-3. Recuperado de https://www.uoc.edu/in3/emath/docs/Estimacion_IC.pdf
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones [ICCA]. (2013). *ICCA Statistics Report: Country & City Rankings*. Recuperado de <http://www.iccaworld.com/cdps/cditem.cfm?nid=4036>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. Naucalpan: Pearson Educación
- Bernal, X. & Peña, E. *Metodología de evaluación de impacto*. Bogotá: Universidad de Los Andes
- Bianco. A & Martínez, E. (2004). *Inferencia estadística – Estimación puntual*. 161 - 162. Recuperado de http://www.dm.uba.ar/materias/probabilidades_estadistica_C/2011/1/PyEC132011.pdf

Bird, R. & Donaldson, R. (2011). "Sex, Sun, Soccer": Stakeholder-Opinions on the Sex Industry in Cape Town in Anticipation of the 2010 FIFA Soccer World Cup [PDF]. Recuperado de: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12132-009-9051-3>

Cámara de Comercio de Bogotá. (Noviembre de 2010). Boletín N° 5 turismo – Dirección de Estudios e Investigaciones. Recuperado de: http://empresario.com.co/recursos/page_flip/compromiso_colectivo/boletin_5_turismo/#/2/zoomed

Centro de Información Turística [CITUR]. (2013). Informe de Turismo Diciembre 2013 [PDF]. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

Centro Latinoamericano de Estudios de Evaluación de Impacto (CLEEI). (2016). *Métodos cuasi-experimentales: Método de emparejamiento y puntajes de propensión*.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2010). Lineamientos de política para el desarrollo de convenciones y congresos [PDF]. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/3640.pdf>

Corferias. (2014) ¿Quiénes somos? Recuperado de www.corferias.com

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2012-2013). Encuesta de Gasto en Turismo Interno 2012-2013. [PDF]. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_Int_EGIT/Pres_EGIT_12_13.pdf

Enlac-corferias. (2014). Corferias 60 años – Mirando hacia el futuro. Recuperado de <http://www.enlac-corferias.com/>

García et al. (1994). *Problemas y métodos de investigación en educación personalizada*. Madrid: Ripial.

Gertler et al. (2011). La evaluación de impacto en la práctica [PDF]. *Diferencias en diferencias*.

Recuperado de

http://siteresources.worldbank.org/INTHDOFFICE/Resources/IEP_SPANISH_FINAL_110628.pdf

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.

Greiff, M. (5 de mayo de 2014). Coyuntura/Clúster, plataformas para la competitividad.

Portafolio. Recuperado de <http://www.portafolio.co/>

Hair, J. Anderson, R., Tatham, W., Black, W. (2004). *Análisis Multivariante*. Madrid. Prentice Hall.

Instituto Distrital de Turismo (IDT). (2011). Documento Técnico de soporte Plan Maestro de Turismo para Bogotá D.C. [PDF]. Recuperado de:

http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/images/documento_tecnico_soporte.pdf

Instituto Distrital de Turismo [IDT]. En Turismo de Negocios. Recuperado de

<http://www.bogotaturismo.gov.co/turismo-de-negocios>

Invest in Bogotá. (9 de agosto de 2014). Bogotá es galardonada con el premio al mejor destino turístico de negocios 2014. Recuperado de: <http://es.investinbogota.org/noticias/>

Leguizamón M., Moreno E., Tibaviszó N., Impacto Turístico del Festival Iberoamericano de Teatro. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 11, 2013. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/articulos/98-impacto-turistico-del-festival-iberoamericano-de-teatro-de-bogota>

Leguizamón, M. (2015). *El impacto de los mega eventos en el turismo local, caso: Mundial de Fútbol*. Manuscrito inédito. Departamento de Semiótica. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia.

Leguizamón, M. (2017). *Métodos y técnicas de la medición de turismo*. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia.

Ley 1558 de 2012. Modificación de la Ley 300 de 2006. 10 de Julio de 2012.

López, L., Murillo, J. & Ochoa, F. (s.f.). Aplicación del enfoque de Cadena de Valor en turismo sostenible para el municipio de Puerto Nariño, Amazonas, como aporte para la certificación de destinos turísticos sostenibles. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/8920/7/9789589880609.parte2.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT]. (2014). Informe de Turismo Enero 2014 [PDF]. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

Observatorio de Turismo de Bogotá (OTB). (2014). Encuesta perfil y grado de satisfacción del turista en Bogotá. [PDF]. Recuperado de: http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/resultados_perfil_y_grado_de_satisfaccion_del_turista_en_bogota_marzo_2014.pdf

Observatorio de Turismo de Bogotá. (2013). Encuesta de Establecimientos de Alojamiento en Bogotá 2013. [PDF]. Recuperado de:

http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/publicacion_eeab_2013.pdf

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2008). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo [PDF]. Recuperado de

http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf

Organización Mundial de Turismo. (2014). Informe Global de la Industria de las Reuniones

OMT. Recuperado de: <http://affiliatemembers.unwto.org/publication/informe-global-sobre-la-industria-de-reuniones>

Organización Mundial de Turismo. (2014). Panorama OMT del Turismo Internacional.

Recuperado de: <http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2014>

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado de

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial del Turismo.(2007). *Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones: una extensión de la Cuenta Satélite de Turismo* [PDF]. Recuperado de

https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/456F/F515/FDEE/991^a/3C94/C0A8/0164/B6CA/070118_evaluaci_00F3_n_4c_excerpt.pdf

Pérez, M. (2010). *Metodología Seis Sigma a través de Excel: El modelo ANOVA*. 259 – 261.

Recuperado de

<https://books.google.com.co/books?id=FPdEyTzh6c4C&pg=PA245&dq=tecnica+anova>

[+libros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEw7qbd79zYAhXNuVMKHc0MAJUQ6AEIJjAA#v=onepage&q=tecnica%20anova%20libros&f=false](#)

Perles, J. F. (2006). Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística. *Cuadernos de Turismo*, 17, 147-166. Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18011>

Sancho, A. (2005). Impactos del turismo sostenible sobre la población local [PDF]. Recuperado de: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php?journal=tursoc&page=article&op=view&path%5B%5D=2237&path%5B%5D=1981>

Valencia, J. (1995). *Diccionario básico de turismo*. Bogotá: Linotípa Bolívar.

Valencia, J. (2002). En *Boletín-turístico*. Recuperado de <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo>

Van der Heyden, D., & Camacho, P. (2006). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Recuperado de www.snvworld.org/download/.../guia_metodologica_parte_1.pdf

Vázquez, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. [PDF]. *Investigaciones regionales*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28901109>

Zapata, O. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. México: Pax México.

