

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL
EN EL MUNICIPIO DE GUADALUPE

LUZ ELENA OTERO MENDEZ
AYDEE GARCES RAMOS

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
SOCORRO
2005

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL
EN EL MUNICIPIO DE GUADALUPE

LUZ ELENA OTERO MENDEZ
AYDEE GARCES RAMOS

PROYECTO DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TITULO DE PROFESIONAL EN GESTION EMPRESARIAL

SIOMARA HERNÁNDEZ
DIRECTORA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
SOCORRO

2005

DEDICATORIA

A mi Madre y Esposo quienes han sido parte esencial en el desarrollo de este proceso profesional.

Aydee Garcés Ramos

A mis padres y hermano que estuvieron siempre a mi lado brindándome Sabiduría. Y a Miller Caballero Caballero quien me enseñó a tener Fortaleza y Constancia durante esta etapa de mi vida.

Luz Elena Otero Méndez

AGRADECIMIENTOS

A la Ingeniera Siomara Hernández, quien como directora del proyecto nos brindó la asesoría completa sobre cada uno de los componentes del Estudio de Factibilidad. Igualmente por transmitir sus conocimientos y vivencias, siendo un aporte esencial en nuestra formación personal y profesional.

Al personal docente y administrativo de la Universidad Industrial de Santander, los cuales fueron nuestros tutores durante toda la carrera de Gestión Empresarial.

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCIÓN

1.	GENERALIDADES	1
2.	ESTUDIO DE MERCADOS	9
2.1	PLANTEAMIENTO PROBLEMA.....	9
2.2	OBJETIVOS	9
2.2.1	Objetivo General.....	9
2.2.2	Objetivos Específicos.....	10
2.3	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	10
2.3.1	Definición, usos y especificaciones del servicio.	10
2.3.2	Productos sustitutos.	11
2.3.3	Productos complementarios.	11
2.3.4	Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. . .	12
2.4	LA DEMANDA	12
2.4.1	Objetivos Específicos.....	12
2.4.2	Mercado Potencial y Objetivo.	13
2.4.2.1	Mercado potencial.	13
2.4.2.2	Mercado objetivo.	13
2.4.3	Necesidades de Información.....	13
2.4.4	Ficha Técnica.....	14
2.4.5	Tabulación, presentación y análisis de resultados.	19
2.4.6	Estimación de la demanda.....	35
2.4.7	Evolución histórica de la demanda del servicio. s.	36
2.4.8	Proyección de la demanda.	37
2.5	LA OFERTA.....	38
2.5.1	Necesidades de Información.....	38
2.5.2	Ficha Técnica.....	39
2.5.3	Tabulación, presentación y análisis de resultados. :	41

2.5.4	Análisis de la Situación actual de la competencia.	49
2.5.5	Proyección de la Oferta.	49
2.6	RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	50
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACION.....	52
2.7.1	Estructura de los canales actuales. s.	52
2.7.1.1	Ventajas.....	53
2.8	PRECIO.....	54
2.8.1	Análisis de precios.	54
2.8.2	Estrategia de fijación de precios.	55
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	56
2.9.1	Objetivos	56
2.9.2	Logotipo.	56
2.9.3	Lema.....	57
2.9.4	Análisis de medios.....	57
2.9.5	Selección de Medios.	58
2.9.6	Estrategias publicitarias.	59
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción.	60
2.9.7.1	De lanzamiento. :.....	60
2.9.7.2	De operación.	60
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	61
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	63
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	63
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.	63
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	64
3.1.3	Capacidad del proyecto.	66
3.1.3.1	Capacidad total diseñada.	66
3.1.3.2	Capacidad instalada.	66
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada.	67
3.2	LOCALIZACIÓN	67

3.2.1	Macro localización.	67
3.2.2	Microlocalización.	67
3.2.2.1	Definición factores método cualitativo por puntos.....	68
3.2.2.2	Ponderación de los factores.	69
3.2.2.3	Puntuación máxima y asignación de puntos a cada factor.	69
3.2.2.4	Asignación de puntos.	69
3.2.2.5.	División de cada factor en grados.	70
3.2.2.6	Repartición de los puntos entre los grados de cada factor.	72
3.2.2.7	Evaluación de alternativas.	74
3.2.2.8	Valoración de alternativas.....	75
3.2.2.9	Asignación definitiva de la ubicación.	75
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	75
3.3.1	Descripción técnica del proceso.	75
3.3.2	Diagrama de procedimiento.	78
3.3.3	Control de Calidad.	79
3.3.4	Control de Calidad.	80
3.3.5	Recursos.....	81
3.3.5.1	Recurso humano.	81
3.3.5.2	Recurso Físico.....	82
3.3.5.3	Recurso de insumos.	85
3.3.6	Estudio de proveedores.	85
3.3.7	Distribución de la planta.....	86
3.3.8	Logística de Distribución.	87
3.4	CONCLUSIONES SOBRE VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	88
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	90
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	90
4.2	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	92
4.2.1	Misión.	92
4.2.2	Visión.	92

4.2.3	Objetivos	92
4.2.3.1	Objetivo General.	92
4.2.3.2	Objetivos Específicos.....	93
4.2.4	Políticas.	93
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	94
4.3.1	Organigrama	94
4.3.2	Descripción y perfil de cargos.	95
4.3.3	Asignación salarial.	100
4.3.4	Obligaciones periódicas del empleador.	101
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	103
5.1	INVERSIONES	103
5.1.1	Inversión Fija.	103
5.1.1.1	Terrenos y Edificaciones.	103
5.1.1.2	Equipos de oficina.	105
5.1.1.3	Muebles y enseres.	106
	Tabla 54. Muebles y enseres	106
5.1.1.4	Total Inversión fija.	107
5.1.2	Inversión diferida.....	108
5.1.3	Capital de Trabajo.....	108
5.1.3.1	Costos de prestación del servicio.	109
5.1.3.2	Costos y Gastos de Administración y ventas.	112
5.1.3.3	Valor total de la prestación del servicio.	115
5.1.4	Balance inicial o de situación inicial.	115
5.1.5	Fuentes de Financiación.	116
5.1.5.1	Recursos propios.....	116
5.1.5.2	Recursos de Terceros.	117
5.2	COSTOS	121
5.2.1	Costos Fijos.	121
5.2.2	Costos Variables.....	121

5.2.3	Costos Totales.	121
5.3	PRESUPUESTO DE VENTAS O INGRESOS.....	122
5.4	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	123
5.5	FLUJO DE CAJA.....	128
5.6	ESTADO DE RESULTADOS.....	129
5.7	BALANCE GENERAL.....	130
6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	137
6.1	EVALUACIÓN ECONÓMICO-SOCIAL.....	137
6.1.1	Generación de empleo.....	137
6.1.2	Desarrollo Regional.....	137
6.1.3	Mejoramiento de la calidad de vida.	138
6.2	IMPACTO AMBIENTAL.....	138
6.3	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	140
6.3.1	Intereses de oportunidad de capital.	141
6.3.2	Valor presente Neto (VPN).	143
6.3.3	Relación Beneficio – Costo.	144
6.3.4	Rentabilidad.	145
6.3.5	Tasa Interna De Retorno (TIR).	146
6.3.6	Razones financieras.	147
6.3.6.1	Razón corriente.	148
6.3.6.2	Razón del capital de trabajo.	149
6.3.6.3	Nivel de endeudamiento.	149
6.3.6.4	Endeudamiento a corto plazo.	150
6.3.6.5	Margen Bruto de ganancias.	150
6.3.6.6	Margen Neto de ganancias.	150
	CONCLUSIONES.....	152
	RECOMENDACIONES.....	139
	BIBLIOGRAFIA.....	138

LISTA DE CUADROS

pág.

Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda	13
Cuadro 2. Turistas que han visitado Guadalupe en los últimos diez años	16
Cuadro 3. Turistas que desean conocer el municipio de Guadalupe	18
Cuadro 4. Disposición del turista para visitar Guadalupe	19
Cuadro 5. Frecuencia visita a Guadalupe y su promedio de permanencia	20
Cuadro 6. Tipo de acompañamiento cuando el turista viaja a Guadalupe	21
Cuadro 7. Promedio ponderado de acompañantes	22
Cuadro 8. Motivos por la cual es visitado el municipio de Guadalupe	23
Cuadro 9. Lugar de alojamiento cuando es visitado el municipio de Guadalupe	25
Cuadro 10. Experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe	26
Cuadro 11. Medio a través del cual el turista se enteró de la existencia de los Hospedajes informales.	27
Cuadro 12. Disposición de alojamiento en hotel de Guadalupe	28
Cuadro 13. Disposición monetaria pago servicio de hospedaje por noche	29
Cuadro 14. Promedio ponderado de precios	30
Cuadro 15. Agrado por los paquetes turísticos ofrecidos por el hotel	31
Cuadro 16. Evaluación histórica servicio de hospedaje municipio de Guadalupe	33
Cuadro 17. Proyección de la demanda de turistas municipio de Guadalupe	34
Cuadro 18. Ficha técnica de la oferta.	37
Cuadro 19. Oferta servicio de hospedaje en Guadalupe	38
Cuadro 20. Épocas del año de mayor afluencia de turistas a los hospedajes	39
Cuadro 21. Afluencia de turistas en los hospedajes informales	40
Cuadro 22. Promedio precio servicio de hospedaje	42

Cuadro 23. Promedio ponderado precio servicio de hospedaje	42
Cuadro 24. Servicios adicionales hospedajes informales	44
Cuadro 25. Servicios complementarios de los hospedajes informales	45
Cuadro 25. Presupuesto lanzamiento y publicidad hotel Santa Bárbara.	46
Cuadro 26. Presupuesto lanzamiento y publicidad hotel Santa Bárbara	57
Cuadro 27. Presupuesto de operación publicidad y promoción del hotel	57
Cuadro 28. Ponderación porcentual de factores.	64
Cuadro 29. Asignación puntaje a los factores.	65
Cuadro 30. División factor costo adquisición bien inmueble.	65
Cuadro 31. División factor servicios públicos.	65
Cuadro 32. Definición factor calidad del paisaje, tranquilidad y seguridad entorno.	66
Cuadro 33. Definición factor condiciones higiénicas y ambientales.	66
Cuadro 34. Definición factor medios de transporte disponibles.	66
Cuadro 35. Repartición puntos costo adquisición bien inmueble.	67
Cuadro 36. Repartición puntos servicios públicos.	68
Cuadro 37. Repartición puntos calidad paisaje, tranquilidad y seguridad entorno.	68
Cuadro 38. Repartición puntos condiciones higiénicas y ambientales	68
Cuadro 39. Repartición de puntos medios de transporte disponibles.	68
Cuadro 40. Valoración de alternativas según factores.	69
Cuadro 41. Recurso humano mano de obra directa hotel Santa Bárbara.	74
Cuadro 42. Recurso humano mano de obra indirecta hotel Santa Bárbara.	75
Cuadro 43. Requerimientos de muebles y equipos hotel Santa Bárbara.	75
Cuadro 44. Proveedores equipos, insumos, muebles y enseres.	78
Cuadro 45. Asignación salarial planta de personal hotel Santa Bárbara	91
Cuadro 46. Valor inversión inmueble	94
Cuadro 47. Detalle de la inversión fija adecuación	95
Cuadro 48. Equipos de oficina	95
Cuadro 49. Muebles y enseres	96
Cuadro 50. Total inversión fija	97
Cuadro 51. Detalle de la inversión de activos diferidos	97

Cuadro 52. Costo mano de obra directa	99
Cuadro 53. Costos indirectos del servicio	100
Cuadro 54. Costos y gastos de administración y ventas	101
Cuadro 55. Mano de obra administrativa	101
Cuadro 56. Depreciaciones	102
Cuadro 57. Valor total de la producción	104
Cuadro 58. Balance general al inicio del proyecto	104
Cuadro 59. Capital de inversión	105
Cuadro 60. Fuentes de financiación	106
Cuadro 61. Financiación	107
Cuadro 62. Clasificación de los costos	110
Cuadro 63. Política de ventas	111
Cuadro 64. Ventas del servicio	112
Cuadro 65. Punto de equilibrio	113
Cuadro 66. Flujo de caja	117
Cuadro 67. Estado de resultados	118
Cuadro 68. Balance general al final de cada periodo	119
Cuadro 69. Valor presente neto	125
Cuadro 70. Beneficio – costo	127
Cuadro 71. Rentabilidad	127
Cuadro 72. Tasa interna de retorno	129
Cuadro 73. Razones financieras	129

LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura N° 1. Turistas que han visitado Guadalupe en los últimos diez años.....	20
Figura N° 2. Turistas que desean conocer el municipio de Guadalupe	21
Figura N° 3. Disposición del turista para visitar Guadalupe	22
Figura N° 4. Frecuencia visita a Guadalupe y su promedio de permanencia.....	23
Figura N° 5 Tipo de acompañamiento cuando el turista viaja a Guadalupe.....	24
Figura N° 6. Motivos por la cual es visitado el municipio de Guadalupe	26
Figura N° 7 Lugar de alojamiento cuando es visitado el municipio de Guadalupe	28
Figura N° 8. Experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe	29
Figura N° 9. Medio a través del cual el turista se enteró de la existencia de los hospedajes informales	30
Figura N° 10. Disposición de alojamiento en hotel de Guadalupe	31
Figura N° 11 Disposición monetaria pago servicio de hospedaje por noche	33
Figura N° 12. Agrado por los paquetes turísticos ofrecidos por el hotel	34
Figura N° 13 Oferta servicio de hospedaje en Guadalupe	42
Figura N° 14. Épocas del año de mayor afluencia de turistas a los hospedajes...	43
Figura N° 15. Afluencia de turistas en los hospedajes informales	44
Figura N° 16. Promedio precio servicio de hospedaje	45
Figura N° 17. Servicios adicionales hospedajes informales.....	47
Figura N° 18. Servicios complementarios de los hospedajes informales.....	48
Figura N° 19. Canales de comercialización servicio de hospedaje.....	54
Figura N° 20. Diagrama de procedimiento prestación servicio de hospedaje	78
Figura N° 21. Organigrama Hotel Santa Bárbara.....	94
Figura N° 22. Punto de equilibrio en pesos habitaciones acomodación para dos personas	126
Figura N° 23. Punto de equilibrio en pesos habitaciones acomodación para cuatro personas	127

Figura N° 24. Punto de equilibrio en pesos habitaciones acomodación para seis personas127

Figura N° 25. Punto de equilibrio en pesos servicio de bar.....127

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Ficha Técnica de la Demanda	16
Tabla 2. Turistas que han visitado Guadalupe en los últimos diez años.....	19
Tabla 3. Turistas que desean conocer el municipio de Guadalupe.....	21
Tabla 4. Disposición del turista para visitar Guadalupe	22
Tabla 5. Frecuencia visita a Guadalupe y su promedio de permanencia.....	22
Tabla 6. Tipo de acompañamiento cuando el turista viaja a Guadalupe.....	24
Tabla 7. Promedio ponderado de acompañantes	25
Tabla 8. Motivos por la cual es visitado el municipio de Guadalupe	26
Tabla 9. Lugar de alojamiento cuando es visitado el municipio de Guadalupe.....	27
Tabla 10. Experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe	29
Tabla 11. Medio a través del cual el turista se enteró de la existencia de los hospedajes informales	30
Tabla 12. Disposición de alojamiento en hotel de Guadalupe	31
Tabla 13. Disposición monetaria pago servicio de hospedaje por noche	32
Tabla 14. Promedio ponderado de precios	33
Tabla 15. Agrado por los paquetes turísticos ofrecidos por el hotel.....	34
Tabla 16. Comportamiento de ocupación promedio acumulada de hoteles	36
Tabla 17. Evolución histórica servicio de hospedaje municipio de Guadalupe	37
Tabla 18. Proyección de la demanda de turistas municipio de Guadalupe.....	38
Tabla 19. Ficha Técnica de la Oferta	41
Tabla 20. Oferta servicio de hospedaje en Guadalupe	42
Tabla 21. Épocas del año de mayor afluencia de turistas a los hospedajes.....	43
Tabla 22. Afluencia de turistas en los hospedajes informales	44
Tabla 23. Promedio precio servicio de hospedaje	45
Tabla 24. Promedio ponderado precio servicio de hospedaje	46
Tabla 25. Servicios adicionales hospedajes informales.....	47

Tabla 26. Servicios complementarios de los hospedajes informales	48
Tabla 27. Presupuesto lanzamiento y publicidad hotel Santa Bárbara	60
Tabla 28. Presupuesto de operación publicidad y promoción hotel Santa Bárbara.	61
Tabla 29. Ponderación porcentual de factores.....	69
Tabla 30. Asignación puntaje a los factores.	69
Tabla 31. División factor costo adquisición bien inmueble.....	70
Tabla 32. División factor servicios Públicos.	70
Tabla 33. Definición factor calidad del paisaje, tranquilidad y seguridad de su entorno.....	71
Tabla 34. Definición factor condiciones higiénicas y ambientales.....	71
Tabla 35. Definición factor medios de transporte disponibles	71
Tabla 36. Repartición Puntos costo adquisición del bien inmueble	73
Tabla 37. Repartición puntos servicios públicos.	73
Tabla 38. Repartición puntos calidad del paisaje, tranquilidad y seguridad de su entorno.....	73
Tabla 39. Repartición puntos condiciones higiénicas y ambientales.	74
Tabla 40. Repartición puntos medios De Transporte Disponibles.	74
Tabla 41. Valoración de alternativas según factores.	75
Tabla 42. Recurso humano mano de obra directa hotel Santa Bárbara	81
Tabla 43. Recurso humano mano de obra indirecta hotel Santa Bárbara.	82
Tabla 44. Requerimientos de muebles y equipos hotel Santa Bárbara.	82
Tabla 45. Proveedores equipos, insumos, muebles y enseres.....	85
Tabla 46. Contenido escritura constitución Sociedad Limitada.....	91
Tabla 47. Descripción y perfil del Administrador.....	95
Tabla 48. Descripción y perfil de la recepcionista – auxiliar contable.	97
Tabla 49. Descripción y perfil del portero – botones.....	98
Tabla 50. Descripción y perfil del Auxiliar de Servicios Generales.	99
Tabla 51. Asignación salarial planta de personal Hotel Santa Bárbara.	100
Tabla 52. Valor inversión inmueble.....	105

Tabla 53. Equipos de oficina.....	105
Tabla 54. Muebles y enseres.....	106
Tabla 55. Detalle de la Inversión de Activos diferidos.....	108

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A.....	140
ANEXO B.....	142
ANEXO C.....	143
ANEXO D.....	145
ANEXO E.....	146
ANEXO F.....	147
ANEXO G.....	148
ANEXO H.....	149
ANEXO I.....	154

GLOSARIO

COTELCO: Asociación hotelera de Colombia.

ECOTURISMO: viajes con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza.

FACTIBILIDAD: definir las posibilidades de éxito para conseguir la solución de las necesidades.

FINDETER: Financiera de Desarrollo Territorial S.A.

GASTRONOMIA: arte de preparar una buena comida.

GLOBALIZACIÓN: tendencia de los mercados y las empresas a extenderse alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

HOTELERIA: actividad casera, donde las empresas manejan hoteles y restaurantes.

HOSPEDAJE: alojamiento y atención que se da a una persona.

HOSTERÍA: casa donde se da hospedaje.

TURISMO: afición a viajar por gusto de conocer un país.

RESUMEN

TITULO	FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN EL MUNICIPIO DE GUADALUPE SANTANDER *
AUTORES	Aydee Garcés Ramos Luz Elena Otero Méndez **
PALABRAS CLAVES	Hotelería. Turismo. Huésped. Espeleología. Historia. Municipio.

DESCRIPCIÓN

Con este estudio se determina la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la construcción de un hotel en el municipio de Guadalupe, ya que existe inconformismo en los turistas que visitan esta localidad en las diferentes épocas del año, pues no encuentran un lugar adecuado donde se puedan alojar y suplir todas sus expectativas.

El hotel se construirá en un sitio óptimo del casco urbano, el cual tendrá dos plantas distribuidas adecuadamente para brindar comodidad y seguridad. Contará con una capacidad de alojamiento para cuarenta y ocho personas por día, Su estructura organizacional se constituye mediante una sociedad de responsabilidad limitada, compuesta por cinco socios capitalistas y una planta de personal adecuada y calificada para prestar un servicio con calidad y responsabilidad.

De esta manera se tendrá un gran impacto social, gracias a la generación de empleo, incremento del comercio y reactivación del turismo a través de las bellezas naturales, así como de su arquitectura colonial, mejorando la calidad de vida de los habitantes y de la región. Para la inversión total del proyecto el 75% será aportado por los socios el y el 25% restante se financiará a través de un crédito bancario a tres años. De esta manera se puede concluir que esta nueva propuesta empresarial trasciende en los conceptos tradicionales del crecimiento económico del municipio.

* Proyecto de Grado.

** Instituto de Educación a Distancia UIS Socorro. Gestión Empresarial. Ingeniera Siomara Hernández.

SUMMARY

REGULAR	SUMMARY FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A HOTEL IN THE MUNICIPALITY OF GUADALUPE SANTANDER [*]
AUTHORS	Aydee Garcés Ramos Luz Elena Otero Méndez ^{**}
KEY WORDS	Hotelería. Tourism. Guest. Espeleología. History. Municipality.

DESCRIPTION

With this study the viability is determined, feasibility and profit value of the construction of a hotel in the municipality of Guadalupe, since non-conformism in the tourists exists that visit this locality during the different times of year, therefore they do not find an adequate place where they can lodge and to supply all their expectations.

The hotel will be built in an optimum place of the urban helmet, which will have two adequate plants distributed to offer comfort and security. It will include a capacity of lodging for forty-eight people for day, Its structure organizacional is constituted by means of a company of responsibility limited, composed for five capitalist associates and a plant of adequate personnel and qualified to lend a service with quality and responsibility.

To supply the demand of the service of lodging on the part of the hotel, the promotion and publicity that be carried out on the tourist places and its colonial architecture will be indispensable, in order to be able to comply with the proposed vision.

In this manner will have a great social impact, thanks to the generation of employment, increment of the commerce and reactivation of the tourism, improving the quality of life of the inhabitants and of the region. By the previous thing can be concluded that the business proposal transcends in the traditional concepts of the economic growth of the municipality.

^{*} Project of Degree.

^{**} Institute of Education to Distance UIS Help. Business management. Engineer Siomara Hernández.

INTRODUCCIÓN

El municipio de Guadalupe no cuenta con un hotel que brinde el servicio de hospedaje adecuado a sus visitantes durante las diferentes épocas del año, pues se deben alojar en hospedajes informales, casas de familia o amigos, ocasionando insatisfacción en el turista.

Estos hospedajes no poseen las comodidades necesarias, como tampoco brindan una buena atención al cliente, puesto que son casas de familias que han sido adecuadas sin tener en cuenta la demanda del mercado y las exigencias de los turistas.

Esta problemática existente conlleva a realizar un estudio de mercados, donde se tiene en cuenta algunas variables que condicionan el proyecto, estimando de esta manera la oferta y la demanda del servicio de hospedaje, mediante un estudio de campo aplicado a las colonias residentes en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá.

Por lo anteriormente expuesto se propone la creación de un hotel en el municipio de Guadalupe, que ofrezca el servicio de alojamiento y complementarios, con el fin de brindar la comodidad, el confort y el precio adecuado, manteniendo una alta calidad de atención al cliente.

Mediante el estudio técnico se determina algunos aspectos, en donde se fija el tamaño del proyecto, ubicando en forma adecuada el segmento del mercado a quien va dirigido el servicio y fijando las características del proceso. Igualmente se define la mejor alternativa para la ubicación del hotel, diseñando la distribución

óptima de la planta, para lograr adecuar los espacios y las zonas verdes existentes, cumpliendo con los parámetros y las normas establecidas para tal fin.

Igualmente se propone los canales de comercialización del servicio, así como la promoción y publicidad necesaria, aprovechando las bellezas naturales y arquitectónicas, con el fin de atraer al turista para que visite a Guadalupe durante las diferentes épocas del año como son los fines de semana, semana santa, semana deportiva, ferias y fiestas.

En el proyecto se trata de unir tecnología y recurso humano de la mejor manera posible. Por consiguiente, se da la importancia necesaria en el elemento humano que va a intervenir en la fase de ejecución y funcionamiento, ya que la distribución racional del trabajo, las condiciones del medio ambiente del mismo, influyen en la buena voluntad de los trabajadores para realizar sus labores.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se analiza el aspecto financiero, que comienza con la presentación detallada de cada uno de los elementos que lo componen, tanto los ingresos esperados y generados por los pronósticos de ventas presentados en el estudio del mercado, así como la valoración de todos los gastos ocasionados por la puesta en marcha del hotel.

Respecto al aspecto ambiental se le da gran importancia pues se busca realizar un manejo adecuado de los recursos naturales, para evitar la contaminación del medio ambiente, que ocasionan daños irreversibles sobre la fauna, flora y seres humanos.

En cuanto a la parte social se tendrá un gran impacto, pues se genera empleos directos e indirectos, fundamentado en la mano de obra de las mujeres y hombres de Guadalupe, mediante la vinculación de personal adecuado y capacitado en el desarrollo del proyecto.

De esta manera se aplican los criterios de evaluación orientados a planear las recomendaciones pertinentes, cuyo resultado sirve como base para los inversionistas y demás personas interesadas en el desarrollo económico del municipio y de la región.

1. GENERALIDADES

La historia de la hotelería en Colombia tiene sus inicios, cuando los indios Malambo que habitaban un pueblo a orillas del Magdalena, le pidieron a la Corte Española que les permitiera instalar una tienda para vender sus productos y un mesón para alojar a los viajeros.

Otras modalidades de alojamiento eran los ranchos de uso colectivo, hechos con hojas de palmera, y los tambos, posadas construidas y administradas por los gobiernos centralizados para alojar a emisarios, comerciantes y tropas militares. Estaban las asistencias que eran una serie de camas para alquilar ubicadas en un mismo salón, aproximadamente hasta 20 catres por habitación. Lo que se dice de estas posadas es que solo ofrecían una estera, una almohada de paja y una sobrecama de color indeciso. Sin embargo, prestaban sus servicios a cualquier hora del día bajo el lema “se alquilan camas, puede tocar tarde”¹.

Años después en los siglos XVI al XVIII se presentó una mejoría considerable en la calidad del alojamiento, donde ya empezaba a suministrar alimentación a quienes pernoctaban en las estancias. Estas posadas también se convirtieron en populares puntos de reunión de nobles, políticos, sacerdotes y otros².

La Asociación Hotelera de Colombia forma parte y está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a sus hoteles afiliados. El

¹ BANCO DE LA REPÚBLICA. Antecedentes de la hotelería y turismo de Colombia. En: Biblioteca virtual.

² GRAY, William S. y LIGUORI Salvatore C. Hoteles y Moteles : Administración y funcionamiento. Madrid : Trillas, 1981.p.14.

presidente de esta organización dijo que hay gran expectativa de inversión en proyectos de construcción, ampliación, y remodelación de hoteles y una gran demanda de los recursos de la línea de crédito de FINDETER, pero lamentablemente ha sido bajo el compromiso del sector financiero con la intermediación de estos recursos.

Actualmente uno de los sectores de crecimiento moderado en Colombia, lo componen el comercio, los restaurantes y hoteles. En el caso de la hotelería, la reactivación del turismo impulsada por la garantía de mayor seguridad vial, contribuyó a elevar significativamente este sector en muchas regiones del país.

En Santander el nivel de ocupación hotelero venía muy postrado, pero en los dos últimos años el mercado hotelero a nivel de Santander cambió significativamente. La competencia se incrementó y las administraciones de los hoteles fortalecieron sus áreas de mercadeo. Los hoteles que brindan otra gama de servicios como camping, canotaje, parapente, entre otros, han logrado establecerse como pioneros de la región. Esto se da gracias a que cada día el turista se interesa más por la naturaleza, los atractivos culturales, generando la intención de llegar y permanecer en los lugares.

El sector hotelero en la provincia comunera a la cual pertenece el municipio de Guadalupe, encuentra una gran oportunidad gracias a la implementación de una política de seguridad democrática impulsada por el gobierno, la cual ha generado una reactivación interna del sector con el apoyo del programa Vive Colombia, Viaja por Ella.

A través de conversaciones que adelanta la Gobernación de Santander y la Cámara de Comercio del departamento con representantes de entidades comprometidas con el turismo, se proyecta crear unos paquetes especiales con descuentos considerables que se mantengan durante la época de fin de año,

como atractivo permanente para los visitantes. Gracias al auge y promoción turística de la región, el sector hotelero ha incrementado sus ingresos, sin que necesariamente se haya tenido que invertir grandes sumas de dinero, más bien se ha enfocado de la manera más adecuada para lograr mejores resultados.

Los principales hoteles ofrecen programación para la práctica de los deportes de aventura y el ecoturismo, los cuales son las atracciones más importantes que ofrece el departamento de Santander. Con la práctica del rapell, del parapentismo y del canotaje a lo largo del Río Fonce en San Gil, así como con la exploración de varias cuevas que datan de antiguas épocas y con la visita al Cañón del Chicamocha, los Santandereanos esperan seguir recibiendo a los turistas.

Estos deportes de aventura pueden ser practicados a bajos costos con la supervisión de profesionales, convirtiéndose en una gran alternativa de esparcimiento para los turistas que visiten el departamento. Los descuentos para la práctica de esos deportes se unen a los incentivos que ha presentado el sector hotelero con rebajas en sus tarifas que alcanzan un 40 por ciento en sectores como San Gil, Barichara y Socorro y un 50 por ciento en Bucaramanga, capital de ese departamento.

El Municipio de Guadalupe no cuenta con un hotel que suministre las comodidades necesarias y exigidas por el turista, pues sólo existe tres casas de familia que ofrecen el servicio de estancia, presentándose inconformidad por parte de los visitantes, afectando el turismo del municipio y el desarrollo económico de la región.

Esta localidad esta ubicada al sur oriente del departamento de Santander, sobre la cordillera oriental, con una extensión territorial de 155,815 Km², presentando diversidad de climas ya que posee varios pisos térmicos desde el cálido en la ribera del río Suárez hasta el medio frío en la vereda Topón, por tanto su

producción agrícola también es muy diversa. Este municipio pertenece a la provincia Comunera y limita por el norte con Chima y Guapotá, por el sur con Suaita, por el oriente con Oiba y por el occidente con el Guacamayo y Contratación.

Guadalupe es un municipio cercano a la troncal del oriente, de fácil acceso, que refleja tranquilidad y ofrece una panorámica paisajista muy atractiva; cuenta con sitios que se pueden explotar turísticamente como lo son el pozo de la Gloria y el Salitre cuyas aguas permanecen al mismo nivel tanto en verano como en invierno, la cueva el perico, el gallego y el berraco. Estos sectores permiten observar el paisaje de la cuenta del río Suárez y los relieves ondulados de los municipios aledaños.

En el sector urbano, existen sitios de Interés arquitectónico como es la catedral Nuestra Señora de Guadalupe, construida en piedra labrada y la Capilla San Martín, la casa de la cultura y otros. Es por ello que es visitado por personas provenientes de diferentes zonas del país, en épocas de vacaciones, ferias y fiestas, semana santa, semana deportiva, cultural, festividades de navidad y fin de año.

Teniendo en cuenta lo anterior se hace necesario desarrollar una serie de investigaciones como es el estudio de mercados, donde se puede analizar la oferta y la demanda de los turistas, con el fin de determinar si es factible crear un hotel en el Casco Urbano para brindarle al visitante un sitio cómodo y tranquilo donde se pueda hospedar, reactivando el turismo, generando nuevas fuentes de empleo e incrementando el comercio en beneficio del desarrollo de la región.

Con este estudio se determinará el mercado potencial y objetivo, así como la fijación de precios y métodos publicitarios, logrando promocionar el servicio de

hospedaje con los servicios necesarios, para satisfacer las necesidades de los visitantes.

El no tomar los correctivos necesarios ante esta situación, los atractivos turísticos e importancia histórica del municipio seguirán escondidos, conllevando al decaimiento económico, ya que uno de los puntos importantes de la modernización municipal es el desarrollo turístico de la región. De igual forma la juventud seguirá desplazándose a la ciudad por falta de oportunidades o fuentes de empleo, perdiendo así el sentido de pertenencia por su tierra.

Para poder implementar este proyecto se deben tener en cuenta algunos aspectos legales establecidos en el plan de desarrollo municipal de la vigencia 2004 al 2007, donde se puede encontrar las normas ambientales para llevar a cabo la promoción de los atractivos turísticos del municipio, así como los reglamentos para construir o remodelar un bien inmueble ubicado en el Casco Urbano, donde la Secretaría de Planeación expide una certificación de aprobación del proyecto de remodelación del nuevo establecimiento hotelero.

De igual manera se debe tener en cuenta el marco legal de índole nacional de la siguiente forma:

La Ley 300 del 26 de Julio de 1996, donde se expide la ley general de turismo, el cual será indispensable pues se dictan los principios básicos debe cumplir con algunos lineamientos para ofrecer los productos complementarios, como es la espeleología y caminatas, teniendo en cuenta los sitios turísticos del municipio de Guadalupe, cuyas actividades se deben desarrollar en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente, así:

“Artículo 78: de los establecimientos hoteleros o de hospedaje: se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la

persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o accesorios de alojamiento mediante contrato de hospedaje”.

Mediante el decreto 2755 de Septiembre 30 de 2003 se reglamenta el artículo 207-2 del estatuto tributario, donde reglamenta lo siguiente:

“Artículo 4°. Requisitos para la procedencia de la exención en servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles. Para la procedencia de la exención, el contribuyente deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos cuando la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN los exija:

- a. Inscripción en el registro de turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- b. Certificación expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, sobre la prestación de servicios hoteleros en el nuevo establecimiento hotelero.
- c. Certificación expedida por la secretaría de planeación que haga sus veces del domicilio del inmueble, en la cual conste la aprobación del proyecto de construcción del nuevo establecimiento hotelero.
- d. Que la actividad prestada corresponde a servicios hoteleros debidamente autorizados”.

Según el decreto 1075 de Abril 14 de 1997 señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos, donde se prohíbe utilizar publicidad engañosa o que induzca a error al público sobre precios, calidad o cobertura del servicio turístico ofrecido.

El Decreto No. 219 de Febrero 15 del 2000 suministra los parámetros para delimitar las áreas que son un atractivo natural especial, así como la clasificación de los establecimientos de hospedaje, con el fin de saber a cual categoría pertenecerá el hotel.

A partir de Abril de 2006, los hoteles que operan en Colombia y que quieran seguir utilizando las estrellas como mecanismo para atraer clientes, deberán haber obtenido el certificado de calidad turística en la norma sectorial NNTSH-006, el cual establecerá su categoría.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 PLANTEAMIENTO PROBLEMA

El municipio de Guadalupe cuenta con una amplia gama de atractivos turísticos, e igualmente realiza varias festividades eclesiásticas, deportivas, ferias y fiestas durante diferentes temporadas del año, generando gran afluencia de personas provenientes de diferentes zonas del país.

Por observación directa en estas ocasiones el turista termina alojándose en casas de familia en condiciones no adecuadas, sin tener la comodidad necesaria para disfrutar plenamente de las riquezas que ofrece el municipio, presentándose inconformismo por parte de estas personas, evitando de esta manera su posible retorno al municipio en futuras ocasiones.

Teniendo en cuenta lo anterior se hace necesario desarrollar una serie de investigaciones, para saber si es factible crear un hotel en el Casco Urbano, con el fin de brindarle al turista un sitio cómodo y tranquilo donde se pueda hospedar, reactivando el turismo, generando nuevas fuentes de empleo e incrementando el comercio en beneficio del desarrollo de la región.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo General. Determinar las características de la demanda y la oferta, para saber si es factible la creación de un hotel en el Casco Urbano del municipio.

2.2.2 Objetivos Específicos.

- Determinar las especificaciones del servicio a ofrecer y atributos diferenciadores con respecto a la competencia.
- Cuantificar la oferta y la demanda para aplicar el estudio de mercados con el fin de conocer si es factible la creación de un hotel en Guadalupe.
- Aplicar las encuestas indicadas a la oferta y demanda señalada en el estudio de mercados.
- Realizar la tabulación, presentación y análisis de resultados con respecto a las encuestas aplicadas a la demanda y oferta.

2.3 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.3.1 Definición, usos y especificaciones del servicio. El hotel ofrece el servicio de alojamiento mediante confortables habitaciones con acomodación individual o múltiple, incluyendo los servicios de agua, luz, televisor, ventilador y teléfono. Igualmente el hotel contará con productos básicos como gaseosas, agua, jugos, licor, papas fritas, chicles, cigarrillos, salchichas y galletas; así como útiles de aseo: jabón, champú, desodorante en cojín, máquina de afeitar, crema y cepillo de dientes, los cuales serán suministrados según la necesidad del huésped.

Cada habitación tendrá el espacio necesario, ofreciendo una comodidad y tranquilidad durante el tiempo de estancia. En su interior se puede encontrar la cama, espejo, mesa auxiliar, silla auxiliar, mesa de noche, teléfono y directorio. En la parte alta de la pared frente a la cama se ubicará el televisor con su

respectiva base y control. Cada habitación tendrá su baño privado con accesorios como la ducha, espejo y lavamanos. Estos servicios estarán en perfecto estado de higiene, pues para el hotel la limpieza será indispensable para hacer del sitio algo mucho más agradable y competitivo.

2.3.2 Productos sustitutos. En la actualidad el Municipio de Guadalupe no cuenta con un hotel, razón por la cual los turistas se alojan en las tres casas de hospedaje informal, así como en las casas de los familiares o amigos, ubicadas tanto en el área urbana como en el área rural. Igualmente se puede observar que en la temporada de ferias y fiestas, los mismos autos son acondicionados como sitio de alojamiento por la noche de estancia.

2.3.3 Productos complementarios. Se contará con el servicio de restaurante con el fin de suplir una de las necesidades básicas del huésped, ofreciendo una amplia gama de platos típicos de la región, donde el precio y el sabor serán cuidadosamente determinados.

Otro servicio a ofrecer es el lavado y planchado de todo tipo de ropa para los huéspedes, lo cual le proporciona comodidad al turista en el momento de necesitarlos, haciéndole sentir como en casa.

Igualmente se contará con el servicio de bar, ofreciendo diferentes productos como licor, gaseosas y agua, evitando que el huésped deba salir del hotel a comprar dichos productos, interrumpiendo de esta manera esos momentos de descanso y tranquilidad que desee tener.

En la actualidad muchas personas se inclinan por visitar los sitios turísticos naturales, donde los aisle del ambiente contaminado de la ciudad. Es por esto

que se aprovechará los atractivos turísticos del municipio de Guadalupe, como es la arquitectura colonial y sitios de gran belleza natural. De esta manera se brindará paquetes turísticos, incluyendo la espeleología y caminatas ecológicas por el balneario la gloria, los yakusi naturales del Salitre y de las Gachas, las cuevas del Perico, el Berraco, el Gallego y las cascadas de la Chorrera y La Llanera.

2.3.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

Para comodidad de los turistas el hotel estará ubicado en el Casco Urbano, ofreciéndoles tranquilidad y comodidad, creando el justo equilibrio entre la intimidad y el perfecto servicio, haciendo de la estancia lo más relajada y agradable posible.

Una vez realizada la reservación por parte del turista se confirmará la fecha y hora de llegada al municipio, con el fin de ser esperado en la estación de transporte, para ser conducido directamente al hotel donde se brindará una cálida bienvenida, suministrándole toda la información concerniente a la ubicación e historia de las principales entidades municipales y sitios que se encuentran dentro del paquete turístico que ofrece el hotel.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Objetivos Específicos.

- Cuantificar el número de turistas que están interesados en visitar el municipio durante las diferentes temporadas del año.

- Conocer con qué grado de frecuencia el turista visita el municipio de Guadalupe.
- Identificar dónde se hospeda el turista cuando visita el municipio de Guadalupe en las diferentes épocas del año.
- Determinar el nivel de aceptación que tiene la creación de un hotel en el Casco Urbano del municipio.
- Conocer la capacidad económica de la población turista y de esta manera saber si cuentan con el dinero necesario para hospedarse en el hotel.

2.4.2 Mercado Potencial y Objetivo.

2.4.2.1 Mercado potencial. El mercado potencial son las colonias Guadalupeñas residentes en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.

2.4.2.2 Mercado objetivo. La investigación está dirigida a los jefes cabezas de familias de las colonias Guadalupeñas residentes en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.

2.4.3 Necesidades de Información.

- Cuantificando al turista interesado en visitar el municipio de Guadalupe.
- Conociendo el grado de frecuencia con que el turista visita al municipio.

- Identificando el sitio de hospedaje del turista cuando visita el municipio en las diferentes épocas del año.
- Determinando el nivel de aceptación que tiene la creación del hotel en el Casco Urbano del municipio.
- Conociendo la capacidad económica del turista.

2.4.4 Ficha Técnica.

- Tipo de investigación: para el desarrollo del estudio de la demanda, se tiene en cuenta la investigación descriptiva, pues se busca aplicar una encuesta bajo la modalidad de preguntas prediseñadas a los encuestados, ofreciendo datos reales, con el fin de realizar un proceso de análisis en forma real y ordenada.
- Método de investigación: la investigación se realizará mediante el método inductivo, ya que se presentará a todos los encuestados el mismo cuestionario, teniendo la ventaja de desarrollarse las encuestas mediante entrevista personal, así como facilidad al diligenciar los formularios, tabular y procesar la información, para obtener los resultados adecuados.
- Fuentes de información: entre las fuentes de información utilizadas para el estudio de la demanda se tienen las siguientes:
 - Fuentes Primarias: el proceso de recolección de la información se realizará directamente a través de un cuestionario, a los jefes cabezas de familias de las colonias Guadalupeñas residentes en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.

- Fuentes Secundarias: para la realización de esta investigación se consultará en libros, internet, revistas, folletos y periódicos, los cuales son necesarios para poder investigar sobre el tema.
- Técnicas de recolección de información: la encuesta es el medio para recolectar los datos necesarios para el desarrollo del estudio de la demanda, donde su cuestionario se debe hacer en forma corta, rápida y fácil de contestar.
- Instrumento: cuestionario estructurado (véase el Anexo A).
- Modo de aplicación: la aplicación de la encuesta o cuestionario prediseñado, se hará en forma directa a los turistas provenientes de las familias de las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.
- Definición de la población: la población para el estudio son las 3.505 familias pertenecientes a las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga.
- Elemento muestral: está compuesto por los jefes cabeza de familia, de las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga.
- Unidad de muestreo: está compuesta por las familias de las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga.
- Proceso de muestreo: para la demanda se utilizará el sistema estratificado. Como su nombre lo indica la población se divide en dos grupos llamados estratos, donde el primer grupo son las familias de las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y el segundo grupo son las familias de las colonias Guadalupeñas residentes en Bucaramanga, es decir, las personas de un grupo no pueden pertenecer al otro.

- Marco muestral: es el listado o directorio telefónico de las familias que integran las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga, registradas en el Comité de Ferias y Fiestas del municipio de Guadalupe.
- Alcance: para la recolección de la información se tendrá en cuenta la ciudad de Bucaramanga en el departamento de Santander y la ciudad de Bogotá en el departamento Cundinamarca.
- Tiempo de aplicación: para la recolección de la información se ha programado el mes de Marzo del año 2005, donde a través de una visita a las ciudades de Bogotá y Bucaramanga se contactan los miembros de las colonias Guadalupeñas.

Tabla 1. Ficha Técnica de la Demanda

Tipo de investigación	Descriptiva
Método de investigación	Inductivo
Fuentes de información	<ul style="list-style-type: none"> • Primarias: la encuesta • Secundarias: libros, revistas, folletos, • Internet y periódicos.
Técnicas de recolección de información	La encuesta.
Instrumento	Cuestionario estructurado (véase el Anexo A).
Modo de aplicación	En forma directa.
Definición de la población	La población para el estudio son las 3.505 familias pertenecientes a las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga.

Elemento muestral	Los jefes cabeza de familias de las colonias de Bogotá y Bucaramanga.
Unidad de muestreo	Está compuesta por las familias de las colonias radicadas en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Sistema estratificado.
Marco muestral	El listado o directorio telefónico de las familias de las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga.
Alcance	Ciudades de Bucaramanga y Bogotá.
Tiempo de aplicación	Marzo del año 2005.

- Diseño de la Muestra. Para calcular el número de familias a encuestar de las colonias Guadalupeñas residentes en Bucaramanga y Bogotá; se tuvo en cuenta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 (N-1) + Z^2 * p * q} \quad \text{Fórmula de Tomas Kinier}$$

n = Tamaño de la muestra

Confiabilidad del 95%: Z = 1.96

p = Probabilidad positiva de ocurrencia = 0.5

q = Probabilidad negativa de ocurrencia = 0.5

N = Total de la población = 3.505 familias

E = Error = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 3.505}{0.05^2 (3.505-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3366,202}{9,7204} \quad n = 346.302 \text{ encuestas}$$

Resultado: son 346 encuestas para realizar a miembros de las colonias Guadalupeñas residentes en Bogotá y Bucaramanga, distribuidas de la siguiente forma:

a) Número de encuestas para aplicar en la colonia Guadalupeña residente en Bucaramanga (n1). Para obtener n1 se toma la población de la colonia Guadalupeña residente en la ciudad de Bucaramanga, que en este caso es n = 1.055 familias y se divide por la población total donde N = 3.505 familias.

Seguidamente se toma el porcentaje de participación de las encuestas que para este caso es del 30%, aplicándose al total de encuestas que es 346, así:

N = 3.505 familias	n = 1.055 familias	
n1 = n / N	n1 = 1.055 / 3.505	n1= 0,300 X 100 = 30%
n1 = n * 30%	n1 = 346 * 30%	n1= 103.8 encuestas

n1 = 104 encuestas, las cuales se deben aplicar a los jefes cabezas de familias de la colonia Guadalupeña residente en Bucaramanga.

b) Número de encuestas a aplicar en la colonia Guadalupeña residente en Bogotá (n2). Para obtener n2 se toma la población de la colonia Guadalupeña

residente en la ciudad de Bogotá, que en este caso $n = 2.450$ familias y se divide por la población total que es $N = 3.505$ familias.

Para obtener el porcentaje de participación de las encuestas que para este caso es del 70%, se le aplica al total de encuestas que es 346, así:

$$\begin{array}{lll}
 N = 3.505 \text{ familias} & n = 2.450 \text{ familias} & \\
 n1 = n / N & n1 = 2.450 / 3.505 & n1 = 0,699 \times 100 = 70\% \\
 n1 = n * 70\% & n1 = 346 * 70\% & n1 = 242.2 \text{ encuestas}
 \end{array}$$

$n2 = 242$ encuestas, las cuales se deben aplicar a los jefes cabezas de familias de la colonia Guadalupeña residente en Bogotá.

2.4.5 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación se presenta el respectivo análisis de las 346 encuestas aplicadas a los miembros de la Colonia Guadalupeña residente en la ciudad de Bucaramanga y Bogotá.

Pregunta No. 1 ¿Usted ha visitado Guadalupe en los últimos diez años?

(Si su respuesta es SI, pase a la pregunta No.4)

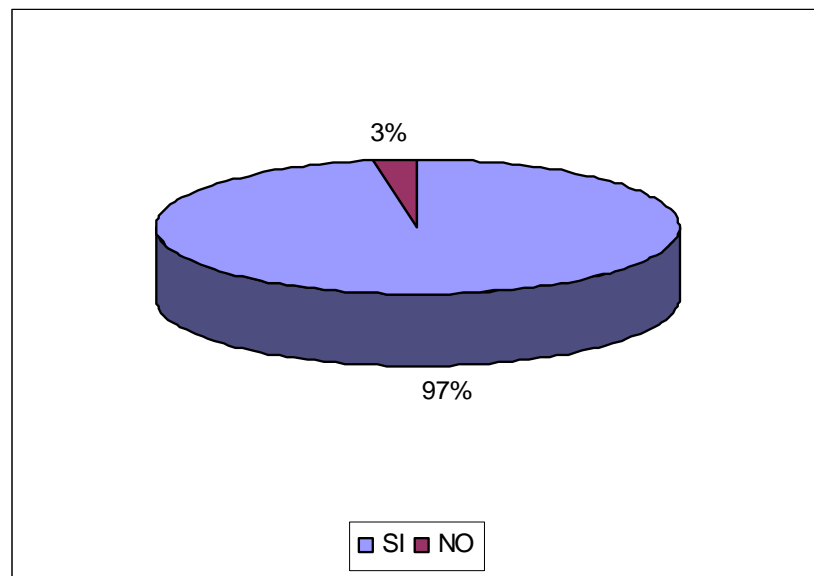
Si _____ No _____

¿Por qué? _____

Tabla 2. Turistas que han visitado Guadalupe en los últimos diez años

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	336	97%
NO	10	3%
TOTAL	346	100%

Figura N° 1. Turistas que han visitado Guadalupe en los últimos diez años



Como se puede observar el 97% de las familias han visitado a Guadalupe en los últimos diez años, de acuerdo a la investigación realizada esto corresponde a 3.400 familias, siendo un número muy significativo que se podría captar como clientes potenciales en el momento en el que se construya el hotel.

Se concluye de esta manera que hay una demanda suficiente para la puesta en marcha del proyecto. Mientras que un 3% corresponde a 105 familias que por alguna u otra razón no conocen aun el municipio de Guadalupe.

Pregunta No. 2. ¿Le gustaría conocer el municipio de Guadalupe?

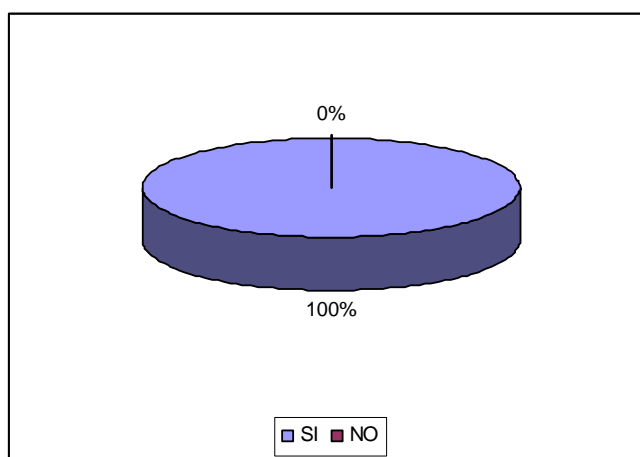
SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

Tabla 3. Turistas que desean conocer el municipio de Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Figura N° 2. Turistas que desean conocer el municipio de Guadalupe



Teniendo en cuenta el 100% de la población objetivo que no conocen Guadalupe, a 105 familias les gustaría conocer este municipio, pues como ellos lo manifiestan gracias a los amigos y familiares cercanos que lo han visitado, aseguran que es un lugar muy sano, tranquilo, lleno de atractivos naturales y coloniales que vale la pena visitar.

Pregunta No. 3. ¿Estaría dispuesto a visitar el municipio de Guadalupe este año?

(Si su respuesta es si pase a la pregunta No.10, si es no aquí termina para Usted la encuesta y muchas gracias por su colaboración).

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

Tabla 4. Disposición del turista para visitar Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Figura N° 3. Disposición del turista para visitar Guadalupe

El 100% de la población objetivo que no conoce a Guadalupe, corresponden a 105 familias que estarían dispuestas a visitar el municipio este año, ya que lo consideran como una alternativa para aislarse por unos días del ruido y la contaminación de las ciudades, contemplando la naturaleza y respirando aire puro.

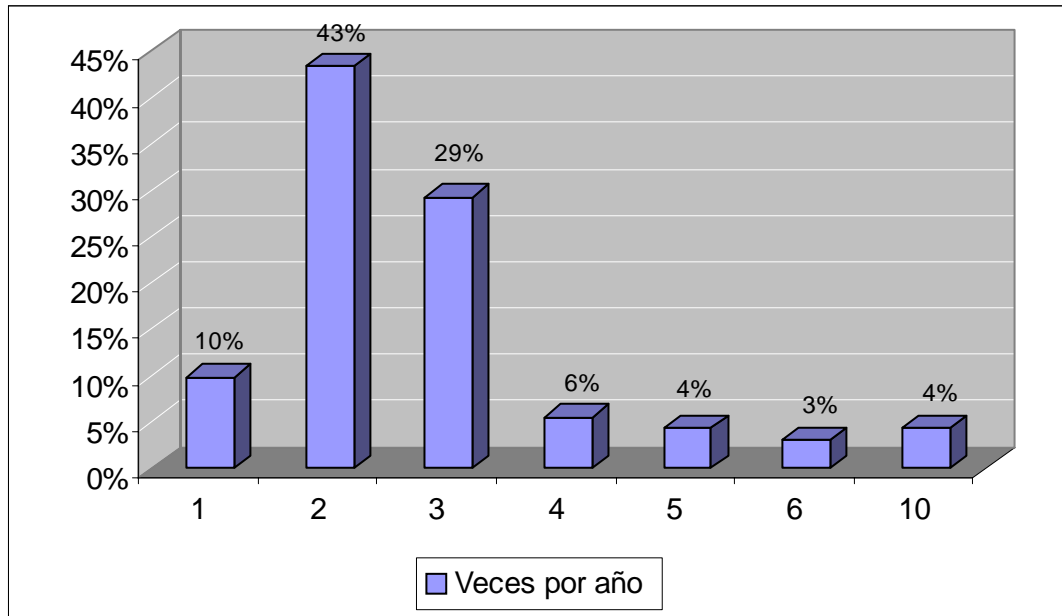
Pregunta No. 4. ¿Con qué frecuencia visita a Guadalupe anualmente y en promedio cuantos días permanece?

Veces por año	Promedio en días

Tabla 5. Frecuencia visita a Guadalupe y su promedio de permanencia

Veces por año	No. de Familias	Promedio días	Total días x año	Porcentaje
1	57	4	228	10%
2	167	3	1002	43%
3	75	3	675	29%
4	16	2	128	6%
5	10	2	100	4%
6	6	2	72	3%
10	5	2	100	4%
TOTALES	336	18	2.305	100%

Figura N° 4. Frecuencia visita a Guadalupe y su promedio de permanencia



Se puede observar que el 72% de las familias viaja tres veces en el año al municipio de Guadalupe y se demora en promedio 3 días; mientras que hay un 10% que viaja una vez al año y se demora en promedio de 4 días. Estos datos corresponde a 3.400 familias Guadalupeñas residentes en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá, que para algunas épocas importantes del año como lo son las ferias, Semana Santa, semana deportiva y navidad visitan a Guadalupe y en promedio se demoran de tres a cuatro días.

El análisis anterior es de gran importancia para tener en cuenta en el momento de realizar la proyección de la capacidad del hotel, permitiendo hospedar cómodamente a determinado número de turistas, durante los días que deseen alojarse sin tener ningún tipo de preocupación.

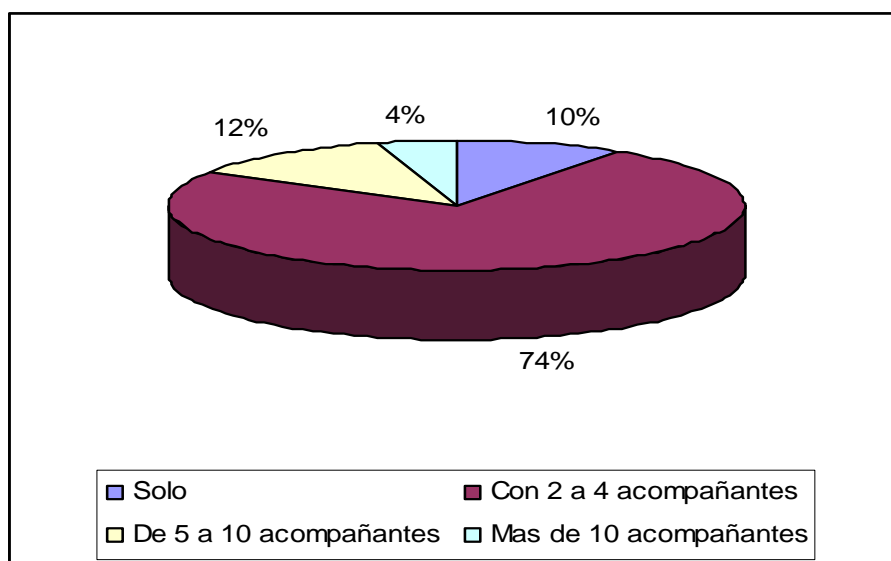
Pregunta No. 5 Generalmente cuando Usted visita a Guadalupe viaja:

- a. Sólo _____
- b. Con 2 a 4 acompañantes _____
- c. De 5 a 10 acompañantes _____
- d. Más de 10 acompañantes _____

Tabla 6. Tipo de acompañamiento cuando el turista viaja a Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	32	10%
Con 2 a 4 acompañantes	249	74%
De 5 a 10 acompañantes	40	12%
Mas de 10 acompañantes	15	4%
TOTAL	336	100%

Figura N° 5 Tipo de acompañamiento cuando el turista viaja a Guadalupe



Se puede observar que el 74% de las familias que viajan a Guadalupe lo hacen generalmente con 2 a 4 acompañantes; un 12% lo hace con 5 a 10 acompañantes; un 10% de la población casi siempre viaja sólo y un escaso 4% cuando viaja lo hace con más de 10 acompañantes. Esto corresponde a 2.516 familias que viajan para épocas de ferias, navidad o fin de año y semana deportiva y unas 884 lo hacen para Semana Santa y algunos puentes festivos u ocasiones especiales por ejemplo compromisos familiares tales como cumpleaños, primeras

comuniones, confirmaciones y matrimonios, y que cuando viajan lo hace casi siempre acompañados.

Tabla 7. Promedio ponderado de acompañantes

Xi	No. Personas fi	Xi . fi	Frecuencias Porcentual. (hi)	Xi (hi)
1	32	32	10%	0,0952381
4	249	996	74%	2,96428571
7,5	40	300	12%	0,89285714
15	15	225	4%	0,66964286
27,5	336	1553	100%	4,62202381

$$\text{Promedio } \bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n (Xi \cdot fi)}{n}$$

De esta manera se puede concluir que el promedio ponderado de acompañantes de los turistas cuando visitan al Municipio de Guadalupe es de 4,63 personas.

Lo anterior genera un número potencial de turistas para ser captados en el momento en el que se cree un hotel, pensando ofrecer los paquetes turísticos u ofertas que se puedan brindar de acuerdo a las expectativas y necesidades de cada uno de los grupos de turistas.

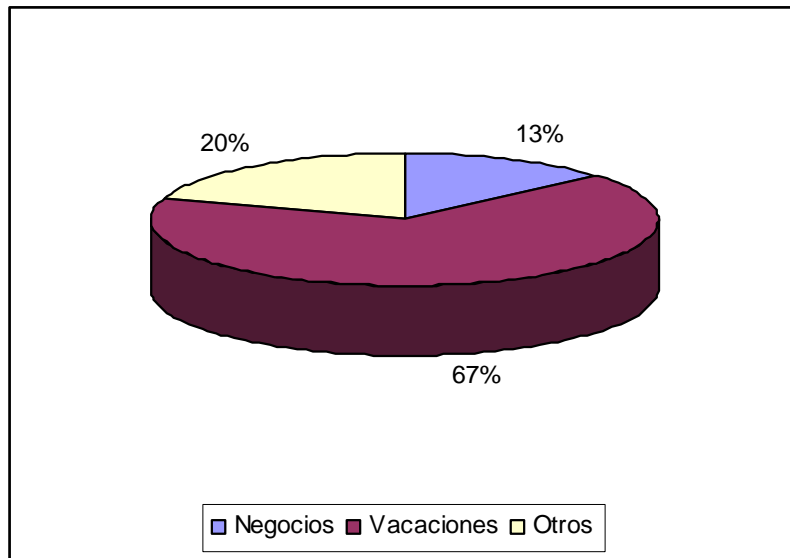
Pregunta No. 6 ¿Cuáles son los motivos por los cuales visita a Guadalupe?

- a. Negocios_____ b. vacaciones_____
- c. Otros, cuales_____

Tabla 8. Motivos por la cual es visitado el municipio de Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Negocios	45	13%
Vacaciones	225	67%
Otros	66	20%
TOTAL	336	100%

Figura N° 6. Motivos por la cual es visitado el municipio de Guadalupe



El 67% de las familias que viajan a Guadalupe lo hacen en la época de sus vacaciones, lo cual corresponde a 2.278 familias que aprovechan para cambiar de ambiente y dejar por un tiempo la vida sedentaria y de rutina que les produce las ciudades; el 20% que corresponde a 680 familias lo hacen por otros motivos

especiales como compromisos familiares y semana deportiva y un 13% que corresponde a 442 familias lo hace por negocios.

Pregunta No. 7. Cuando Usted visita a Guadalupe generalmente donde se aloja?

(Escoja una opción).

a. Donde un familiar _____ b. casa particulares_____ c. los hospedajes_____

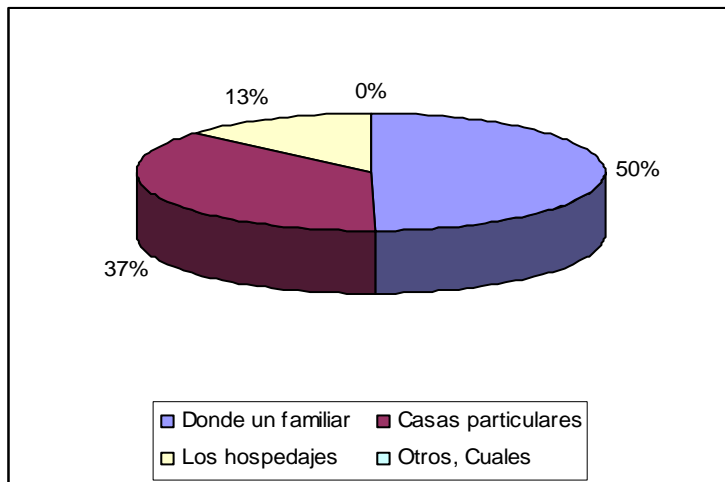
d. Otros, cuales: _____

(Si su respuesta fue hospedaje conteste la siguiente pregunta si no pase por favor a la pregunta No.10).

Tabla 9. Lugar de alojamiento cuando es visitado el municipio de Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Donde un familiar	167	50%
Casas particulares	124	37%
Los hospedajes	45	13%
Otros, Cuales	0	0%
TOTAL	336	100%

Figura N° 7 Lugar de alojamiento cuando es visitado el municipio de Guadalupe



Se puede concluir que el 50% de la población objetivo cuando viaja a Guadalupe, se hospeda en la casa de algún familiar, esto corresponde a 1.700 familias que tienen algún pariente a donde llegar, el 37 % que corresponde a 1.258 familias piden el favor en algunas casas particulares o amigos, mientras que solamente un 13% que corresponde a 442 familias utilizan los hospedajes que se han adecuado en casas de familia y que ofrecen el servicio en el Municipio; este escaso porcentaje se debe a que estas viviendas no cuentan con un servicio adecuado que tenga todas comodidades para suplir las expectativas del cliente.

Pregunta No. 8. ¿Cómo ha sido la experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe?

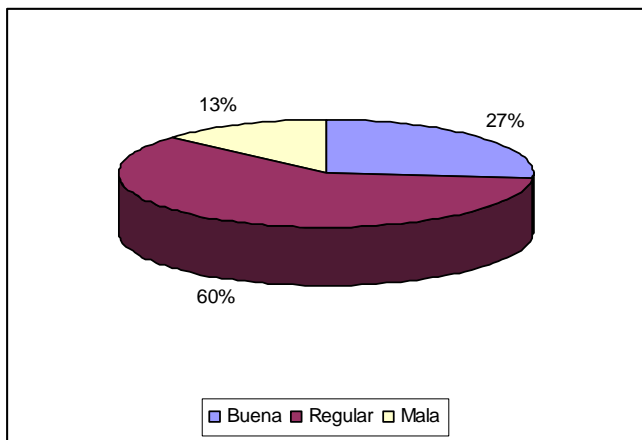
a. Buena _____ b. Regular _____ c. Mala _____

¿Por qué? _____

Tabla 10. Experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Buena	12	27%
Regular	27	60%
Mala	6	13%
TOTAL	45	100%

Figura N° 8. Experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe



Se puede concluir que el 73% de las familias han utilizado el servicio de hospedaje en el municipio, lo cual corresponde a 323 familias que dicen haber recibido un servicio regular, por no contar con las comodidades como: baño privado, ducha por habitación, televisor, restaurante y zonas recreativas. Sólo un 27% que corresponde a 119 familias lo califica como bueno. Esto lógicamente da una pauta importante que se debe tener en cuenta, pues lo que desea el turista en el momento de adquirir el hospedaje es comodidad y tranquilidad.

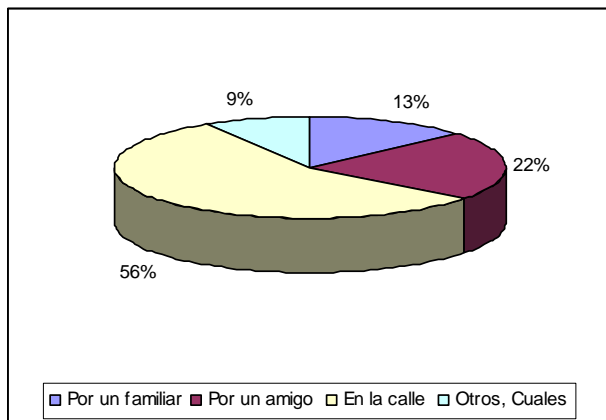
Pregunta No. 9 ¿Cómo se enteró de la existencia del hospedaje?

a. Por un familiar _____ b. Por un amigo _____ c. En la calle _____
Otros, ¿Cuáles? _____

Tabla 11. Medio a través del cual el turista se enteró de la existencia de los hospedajes informales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Por un familiar	6	13%
Por un amigo	10	22%
En la calle	25	56%
Otros, Cuales	4	9%
TOTAL	45	100%

Figura N° 9. Medio a través del cual el turista se enteró de la existencia de los hospedajes informales



Se puede concluir que el 56% de las familias que ha utilizado el servicio de hospedaje en el municipio de Guadalupe, corresponde a 248 familias que se han enterado de dicho servicio por indicaciones de personas que se encuentran en la calle al llegar al pueblo; el 22% que corresponde a 97 familias se han enterado gracias a información suministrada por un amigo; el 13% o sea 57 familias gracias

a un familiar y un escaso 9% que corresponde a 40 familias por otros medios como la emisora.

Este análisis es muy importante porque muestra claramente que los hospedajes que funcionan en el municipio, son negocios informales que se han creado en casas de familia acondicionadas para prestar dicho servicio, cuyos dueños no se preocupan por su publicidad, mercadeo o mejora de sus instalaciones.

Pregunta No. 10. ¿Si se construye un hotel en el municipio de Guadalupe estaría dispuesto a hospedarse en el?

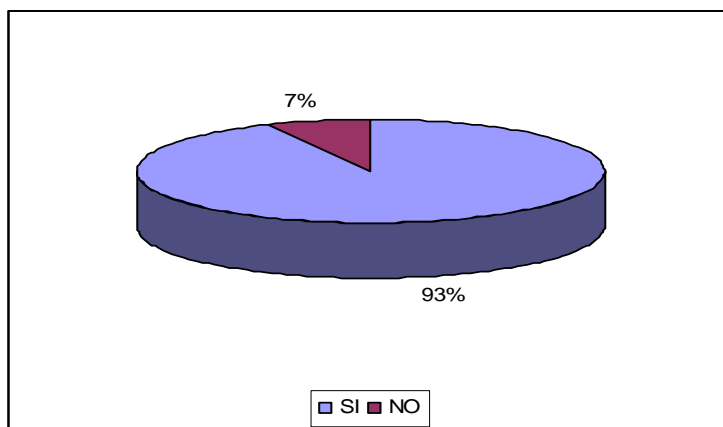
Si _____ No _____

¿Por qué? _____

Tabla 12. Disposición de alojamiento en hotel de Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	321	93%
NO	25	7%
TOTAL	346	100%

Figura N° 10. Disposición de alojamiento en hotel de Guadalupe



El 93% de las familias estarían dispuestas a utilizar el servicio de hospedaje si se construyera un hotel en el municipio de Guadalupe, esto corresponde a 3.260 familias que cuando visitan esta localidad se alojan en las casas de los padres, tíos, primos, cuñados, entre otros, siendo acomodados en colchones o colchonetas colocadas en el piso, pues no cuentan con suficientes habitaciones para toda la familia, ya que las casas son pequeñas. Igualmente se puede observar que un escaso 7% que corresponde a 245 familias dicen que no utilizarían el servicio por tener casa o finca propia en el pueblo.

Pregunta No. 11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar de hospedaje por persona durante una noche?

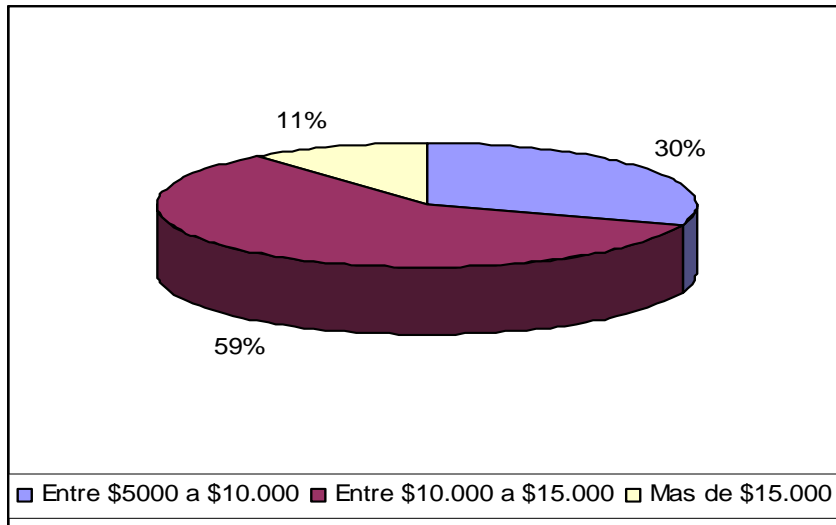
- a. Entre \$5.000 a \$10.000____ b. Entre \$10.000 y \$15.000____
 c. Más de \$15.000____

Tabla 13. Disposición monetaria pago servicio de hospedaje por noche

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$5000 a \$10.000	97	30%
Entre \$10.000 a \$15.000	189	59%
Mas de \$15.000	35	11%
TOTAL	321	100%

Se puede observar que el 59% de las familias están dispuestas a pagar entre \$10.000 y \$15.000 por noche de alojamiento en el hotel, esto corresponde a 1.923 familias; un 30% que corresponde a 978 familia entre \$5.000 y \$10.000 y solamente un 11% que corresponde a 359 familias estarían dispuestas a pagar más de \$15.000.

Figura N° 11 Disposición monetaria pago servicio de hospedaje por noche



Esto permite tener una visión a grandes rasgos de la capacidad de pago de quienes visitan a Guadalupe y por tal razón se deben implementar diferentes precios teniendo en cuenta el tipo de acomodación ya sea sencilla o múltiple, donde el cliente encuentre diferentes opciones para escoger, pues hoy en día el turista prefiere cancelar un buen precio a cambio de un buen servicio. Igualmente cuando se tiene servicios complementarios se le da un mayor valor agregado, que gustosamente el turista cancela pues su tranquilidad y placer será lo primordial.

Tabla 14. Promedio ponderado de precios

Xi	No. Personas (fi)	Xi . fi	Frecuencia porcentual (hi)	Xi . (hi)
7.500	97	727.500	30%	2.266,36
12.500	189	2.362.500	59%	7.359,81
17.500	35	612.500	11%	1.908,10
37.500	321	3.702.500	100%	11.534,27

$$\text{Promedio } \bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i \cdot f_i)}{n}$$

El promedio ponderado del precio a pagar por persona durante una noche en el hotel es de \$11.534 pesos.

Pregunta No. 12. ¿Le gustaría que el hotel ofreciera paquetes turísticos en los que incluyera actividades como caminatas, cabalgatas, spa, Espeleología, entre otras?

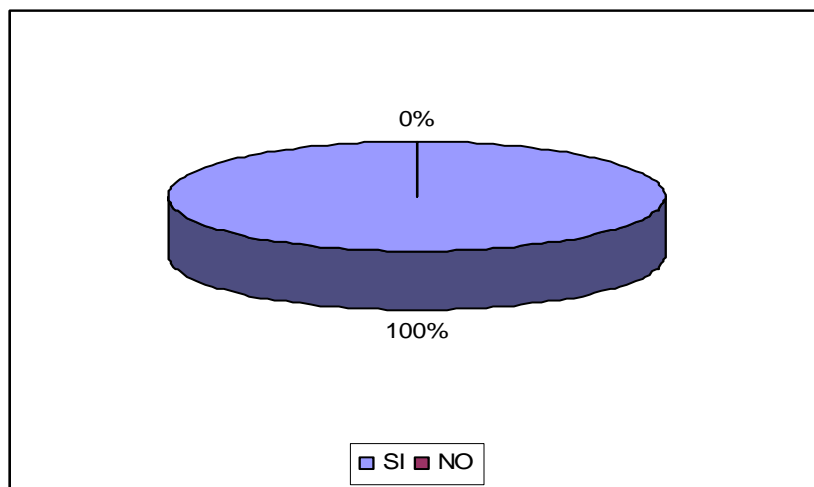
SI _____ NO _____

¿Por qué?: _____

Tabla 15. Agrado por los paquetes turísticos ofrecidos por el hotel

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	321	100%
NO	0	0%
TOTAL	321	100%

Figura N° 12. Agrado por los paquetes turísticos ofrecidos por el hotel



Al 100% de las familias le gustaría que el hotel ofreciera paquetes turísticos en los que incluyera actividades como caminatas, cabalgatas, spa, espeleología, entre otras, esta cifra corresponde a 3.260 familias. Esto es una muestra clara de que lo que desean la mayoría de turistas es descansar de la monotonía y el estrés de las ciudades y por ello buscan los sitios alejados en donde se está en contacto directo con la naturaleza. Se debe pensar entonces no sólo en ofrecer hospedaje sino también paquetes turísticos que incluyan varias actividades para captar más clientes.

2.4.6 Estimación de la demanda. Del 100% de la población objetivo representado en las 3.505 familias encuestadas, el 97% han visitado el municipio de Guadalupe en los últimos diez años, los cuales corresponden a 3.400 familias que son un número muy significativo para tener en cuenta como clientes potenciales del hotel, ya que ellas viajan entre dos a tres veces en el año y se demoran en promedio 3 días en el Municipio.

De estas 3.400 familias el 74% lo hace acompañados casi siempre en promedio de cuatro personas. Este dato corresponde a 2.516 familias multiplicadas por el número promedio de acompañantes (4), arrojando un resultado de 10.064 personas que estarían visitando el municipio las épocas pico como lo son las ferias, fiestas, Semana Santa, semana deportiva y fin de año.

De estas 3.400 familias el 50% se alojan en las casas de los familiares cuando vienen a Guadalupe, es decir alrededor de 1.700 familias tiene una casa fija a donde llegar. Pero si lo que se pretende es realizar una estimación más precisa de la demanda es necesario tener en cuenta el 37% de familias que se hospedan en casas particulares y un 13% que utilizan los hospedajes que hay en el municipio. Además no se puede dejar atrás el 3% de familias que no han visitado

el municipio de Guadalupe en los últimos diez años pero que estarían dispuestas a visitarlo este año.

Esto permite concluir que de un 53% de la población objeto de la investigación, representada en 1.858 familias que están disponibles para ser captadas inmediatamente como clientes del hotel y que de acuerdo a los datos obtenidos en la investigación a través del trabajo de campo estarían conformando la demanda insatisfecha, ya que la oferta del servicio es muy escasa.

2.4.7 Evolución histórica de la demanda del servicio. Para poder realizar el análisis sobre la evolución histórica de la demanda, se toma como base los datos estadísticos suministrados por la Alcaldía municipal correspondiente al año 2000 que corresponden a 1.066 turistas que se alojaron en los hospedajes informales.

Teniendo en cuenta el dato anterior se aplica los porcentajes con que cuenta la Asociación Hotelera de Colombia, respecto al comportamiento de ocupación promedio acumulado de hoteles en el país de las respectivas vigencias, siendo ellos:

Tabla 16. Comportamiento de ocupación promedio acumulada de hoteles

2000	2001	2002	2003	2004
40,80%	43,20%	45,20%	49,10%	51,20%

Fuente: Asociación Hotelera de Colombia – Cotelco.

Como se puede observar del año 2000 al 2001 hubo un incremento del 2,4%; del año 2001 al año 2002 de 2%; del año 2002 al año 2003 de 3,9% ; del año 2003 al 2004 de 2,1%. De esta manera estos porcentajes son tomados para realizar el

respectivo análisis de la evolución del servicio de hospedaje en el municipio de Guadalupe.

Tabla 17. Evolución histórica servicio de hospedaje municipio de Guadalupe

AÑO	2000	2001	2002	2003	2004
HOSPEDAJE					
Hospedaje No. 1	325	333	340	353	360
Hospedaje No. 2	339	347	354	368	375
Hospedaje No. 3	402	412	420	436	445
TOTAL	1.066 turistas	1.092 turistas	1.114 turistas	1.157 turistas	1.180 Turistas

Fuente: Autores del proyecto

Como se observa que a pesar de que los hospedajes informales no cuentan con la higiene y espacio adecuado para brindar comodidad al huésped, aproximadamente 1.180 turistas se han alojado en estas casas acondicionadas para tal fin, los cuales se hospedan en promedio de 4 días.

Se debe tener en cuenta que actualmente los turistas son exigentes en el momento de escoger su lugar de alojamiento, pues buscan que las habitaciones sean confortables, acogedoras y bajo la higiene necesaria que debe tener el hotel. Es de anotar que la demanda de turistas para este servicio depende del confort que se le ofrezca en el sitio de alojamiento.

2.4.8 Proyección de la demanda. Durante el año 2004 el municipio de Guadalupe fue visitado por 5.196 turistas, según dato suministrado por la secretaria de la junta de ferias y fiestas de esta localidad. Para realizar la proyección hasta el año 2008 de la demanda de turistas al municipio de

Guadalupe, se toma el incremento de ocupación promedio acumulada de turistas en los hoteles del país durante el año 2004, el cual corresponde al 2,1%.

Tabla 18. Proyección de la demanda de turistas municipio de Guadalupe.

AÑO 2004	AÑO 2005 (2,1%)	AÑO 2006 (2,1%)	AÑO 2007 (2,1%)	AÑO 2008 (2,1%)
5.196	5.305	5.416	5.530	5.646

De esta manera se puede observar que para el año 2008 se proyecta recibir en el Municipio 5.646 visitantes, lo cual es un dato estadístico muy importante a tener en cuenta para el desarrollo del proyecto.

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de Información.

- Cuantificando el número de viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje en el municipio de Guadalupe.
- Identificando las épocas del año en que hay mas oferta del servicio de hospedaje.
- Conociendo la cantidad de turistas que utilizan el servicio de hospedaje mensualmente y el promedio de las noches que se alojan.
- Determinando los costos de hospedaje por habitación y por persona durante un día de estancia en el hospedaje.

- Conociendo otros servicios adicionales que los hospedajes ofrecen al turista que visita al municipio.

2.5.2 Ficha Técnica.

Tipo de investigación: el tipo de investigación que se plantea es la investigación concluyente descriptiva, ya que permite recoger información con el propósito de evaluar la calidad del hospedaje, los costos, los servicios adicionales, las oportunidades de ingreso y la calidad de servicio que se ofrece en las viviendas del municipio. Una vez llevado a cabo este análisis se toma la decisión que permita identificar cuales son las áreas de fortaleza y debilidades de las viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje.

Método de investigación: la investigación se realizará de manera inductiva, ya que se presentará a todos los encuestados el mismo cuestionario, donde las preguntas plasmadas serán claras, encontrando la facilidad de tabular y procesar la información, para obtener los resultados adecuados.

Fuentes de información: Fuentes Primarias: La encuesta que es la herramienta que permitirá recopilar la información necesaria para conocer el estado actual de cada una de las viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje, ya que va directamente dirigida al elemento. Fuentes Secundarias: Cuando se hace un estudio se debe destacar la literatura que existe sobre el tema, es por esto que para la realización del presente estudio, se realizaron consultas en libros, revistas, folletos, periódicos y mediante diferentes páginas en Internet.

Técnicas de recolección de información: la técnica a utilizar para obtener la información es el censo, ya que en el municipio sólo existe tres viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje informal.

Instrumento: para la recolección de la información las dos personas encargadas de la presente investigación se desplazaran al municipio y aplicarán personalmente un cuestionario a cada uno de los propietarios de las viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje (Véase el Anexo B).

Modo de aplicación: la aplicación de la encuesta, se hará en forma directa a los propietarios de las viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje y que pertenecen al Casco Urbano del municipio de Guadalupe.

Definición de la población: la población para el estudio son las tres viviendas del Casco Urbano que ofrecen el servicio de hospedaje, pertenecientes al municipio de Guadalupe.

Elemento: está compuesto por el propietario de la vivienda que ofrece el servicio de hospedaje y que pertenecen al Casco Urbano del municipio de Guadalupe.

Unidad: está compuesta por las viviendas que ofrece el servicio de hospedaje y que pertenecen al Casco Urbano del municipio de Guadalupe.

Marco poblacional: es el listado de los propietarios de las viviendas que prestan el servicio de hospedaje en el Casco Urbano de Guadalupe, registrados en el directorio teléfono del municipio.

Alcance: para la recolección de la información se tendrá en cuenta la zona urbana del municipio de Guadalupe.

Tiempo de aplicación: la recolección de la información se ha programado para el mes de Marzo del año 2005.

Tabla 19. Ficha Técnica de la Oferta

Tipo de investigación	Concluyente descriptiva.
Método de investigación	Método Inductivo
Fuentes de información	Primarias y secundarias.
Técnicas de recolección de información	El censo.
Instrumento	Cuestionario (Véase el Anexo B).
Modo de aplicación	Directa.
Definición de la población	Las tres viviendas del casco urbano del Municipio, que ofrecen el servicio de hospedaje.
Elemento	El propietario de la vivienda que ofrece el servicio de hospedaje y que pertenecen al Casco Urbano del municipio de Guadalupe.
Unidad	Las viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje en el casco urbano del municipio.
Marco poblacional	Los propietarios de las viviendas que prestan el servicio de hospedaje registrados en el directorio telefónico.
Alcance	La zona urbana del municipio de Guadalupe.
Tiempo de aplicación	Marzo de 2005

2.5.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación se realiza el respectivo análisis del censo realizado en las tres viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje informal en el municipio de Guadalupe:

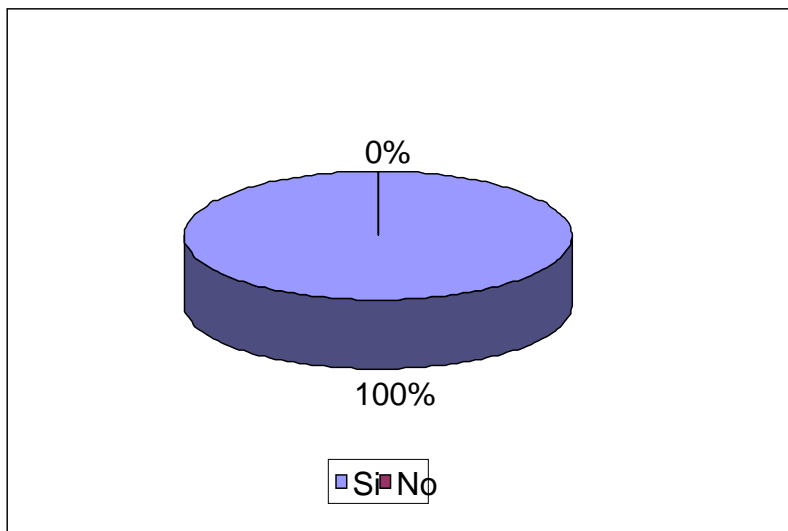
Pregunta No. 1. ¿Usted ofrece servicios de hospedaje?

Si_____ No_____

Tabla 20. Oferta servicio de hospedaje en Guadalupe

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
TOTAL	3	100%

Figura N° 13 Oferta servicio de hospedaje en Guadalupe



El 100% correspondiente a las viviendas visitadas ofrecen servicio de alojamiento en el municipio de Guadalupe.

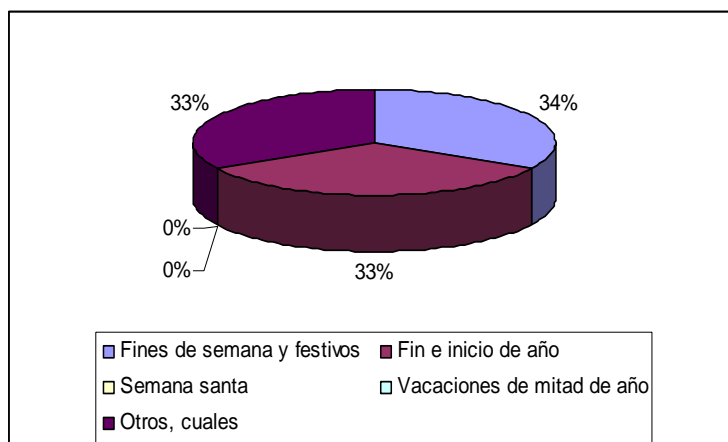
- Pregunta No. 2. ¿Cuáles son las épocas del año en que recibe más turistas?

- a. Fines de semana y festivos_____ b. Fin e inicio de año_____
- c. Semana santa_____ d. Vacaciones de mitad de año_____
- e. Otros, cuales_____

Tabla 21. Épocas del año de mayor afluencia de turistas a los hospedajes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana y festivos	1	34%
Fin e inicio de año	1	33%
Semana santa	0	0%
Vacaciones de mitad de año	0	0%
Otros, cuales	1	33%
TOTAL	3	100%

Figura N° 14. Épocas del año de mayor afluencia de turistas a los hospedajes



De los tres hospedajes que existen en el pueblo el 34% reciben más turistas durante los fines de semana y festivos, un 33% en épocas de vacaciones y fin de año y un 33% en algunas épocas especiales como semana deportiva.

Pregunta No. 3 ¿Qué cantidad de turistas recibe mensualmente y cuántas noches en promedio se hospedan?

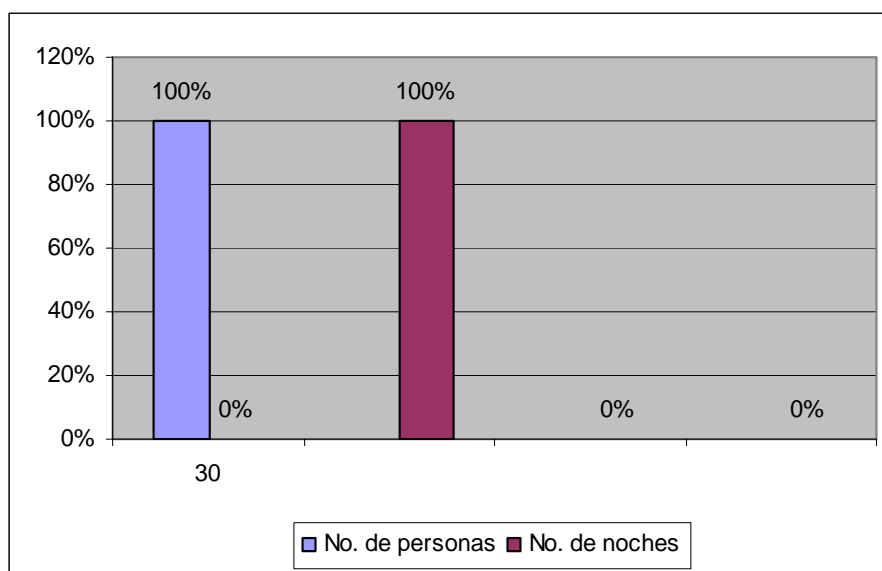
No. De personas_____

- a. Una noche _____ b. Dos noches_____ c. Tres noches_____
 d. Más de 3 noches_____

Tabla 22. Afluencia de turistas en los hospedajes informales

Variable	No. de Personas	No. de días	Porcentaje
Hospedaje 1	30	2	33%
Hospedaje 2	30	2	33%
Hospedaje 3	30	2	34%
TOTAL	90	6	100%

Figura N° 15. Afluencia de turistas en los hospedajes informales



El 100% de las viviendas visitadas que corresponden a las tres viviendas que ofrecen el servicio de alojamiento reciben en promedio 30 turistas al mes los cuales se hospedan en promedio de 2 días. Esta información es de suma importancia ya que da una visión clara de la cantidad de personas que se hospedan en el Municipio y que en determinado momento deben ser captadas como clientes potenciales cuando se cree el hotel.

Pregunta No. 4. ¿Cuál es el promedio que cobran por noche, por el servicio de hospedaje?

- a. Entre \$5.000 y \$10.000 _____ b. Entre \$10.000 y \$15.000 _____
 d. Más de \$15.000 _____

Tabla 23. Promedio precio servicio de hospedaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$5.000 y \$10.000	1	33%
Entre \$10.000 y \$15.000	2	67%
Más de \$15.000	0	0%
TOTAL	3	100%

Figura Nº 16. Promedio precio servicio de hospedaje

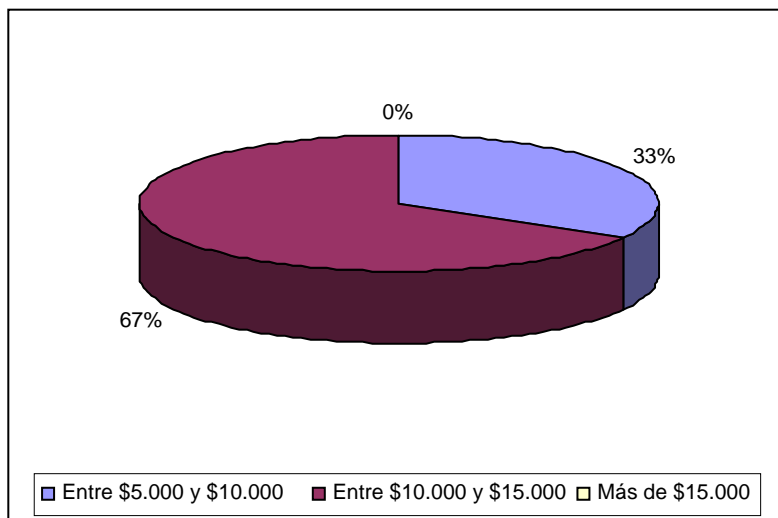


Tabla 24. Promedio ponderado precio servicio de hospedaje

Xi	fi	Xi . Fi	hi	Xi (hi)
7.500	1	7.500	33%	2.500,00
12.500	2	25.000	67%	8.333,33
15.000	0	0	0%	0
35.000	3	32.500	100%	10.833,33

$$\text{Promedio } \bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i \cdot f_i)}{n}$$

$$\text{Promedio } \bar{X} = \frac{32.500}{3} = \$10.833$$

El promedio ponderado del precio que cobran durante una noche por persona en los hospedajes informales existentes en el municipio de Guadalupe es de \$10.833.

El 67% de los hospedajes visitados que corresponden a las 3 casas que prestan el servicio de hospedaje informal en el Municipio, cobran a cada una de las personas que utilizan los servicios de alojamiento entre \$10.000 y \$15.000 por noche y el 33% cobra entre \$5.000 y \$10.000. Es relevante el resultado de esta investigación para tener en cuenta en el momento de establecer los precios en el hotel, acorde con el mercado y la capacidad de pago del cliente.

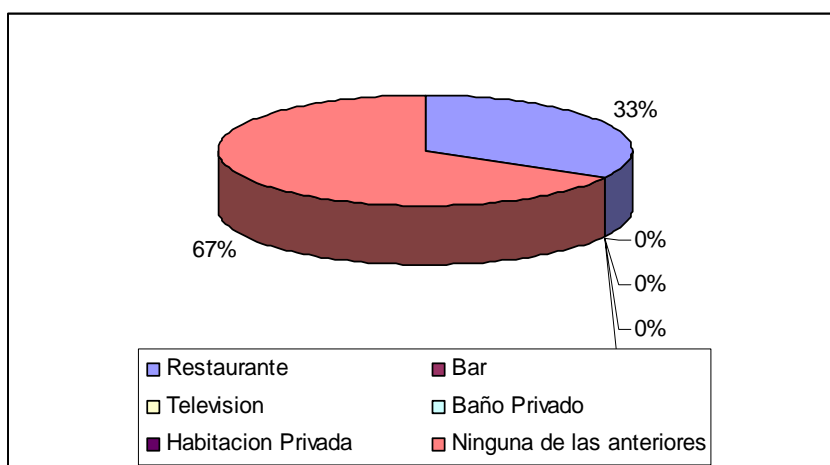
Pregunta No. 5. ¿Qué otros servicios adicionales; de los siguientes, le ofrece al turista:

- a. Restaurante _____ b. Bar _____ c. Televisión _____ d. Baño privado _____
 e. Habitación Privada _____ f. Ninguna de las anteriores _____

Tabla 25. Servicios adicionales hospedajes informales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	1	33%
Bar	0	0%
Televisión	0	0%
Baño Privado	0	0%
Habitación Privada	0	0%
Ninguna de las anteriores	2	67%
TOTAL	3	100%

Figura N° 17. Servicios adicionales hospedajes informales



El 67% de los sitios visitados que ofrecen alojamiento en el municipio de Guadalupe no brindan al turista o cliente otros servicios adicionales, solamente un 33% posee el servicio de restaurante junto con el de alojamiento. Es fácil determinar que este es un aspecto fuerte para tener en cuenta en el momento de montar el hotel; ofrecer variedad de servicios para que el turista colme todas sus expectativas.

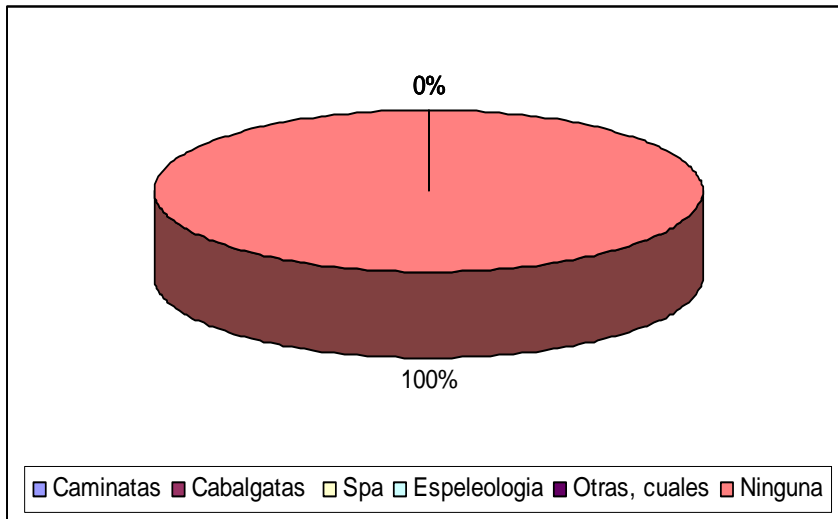
Pregunta No. 6. De los siguientes servicios cuáles le ofrece al turista:

- a. caminatas____ b. cabalgatas ____ c. spa ____ d. Espeleología ____
 e. Otros, cuales _____ f. Ninguno_____

Tabla 26. Servicios complementarios de los hospedajes informales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Caminatas	0	0%
Cabalgatas	0	0%
Spa	0	0%
Espeleología	0	0%
Otras, cuales	0	0%
Ninguna	3	100%
TOTAL	3	100%

Figura N° 18. Servicios complementarios de los hospedajes informales



El 100% de las viviendas que ofrecen alojamiento en el municipio de Guadalupe no brindan servicios conjuntos como caminatas, cabalgatas, spa o espeleología que ayuden al sano esparcimiento y descanso de los turistas o clientes que los visitan. Este sería un aspecto fuerte para atraer más turistas o clientes potenciales

ya que hoy en día la gente busca es descansar estando en contacto directo con la naturaleza como mejor terapia antiestrés.

2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia. El municipio de Guadalupe cuenta con tres casas de hospedaje informal, las cuales ofrecen el servicio de hospedaje en condiciones no favorables para el turista, ya que las habitaciones no cuentan con servicio de teléfono, televisor, ventilador, como tampoco baño privado. En cuanto al servicio de restaurante sólo un 33% posee este servicio adicional, presentándose descontento de quien se aloja en dichas viviendas.

Igualmente se confirmó que el 100% de estos hospedajes no brindan servicios complementarios como cabalgatas, caminatas, espeleología, entre otros; los cuales ayudan al turista a conocer y disfrutar de los sitios turísticos del municipio así como a incrementar el número de días del servicio de alojamiento por turista.

Teniendo en cuenta los hospedajes informales existentes en el municipio, cada uno de ellos reciben en promedio 30 turistas al mes, los cuales se hospedan en promedio 2 días, donde el 34% recibe más turistas durante los fines de semana y festivos, un 33% en épocas de vacaciones - fin de año y un 33% en algunas épocas especiales como semana deportiva.

2.5.5 Proyección de la Oferta. El 100% de las viviendas visitadas que ofrecen el servicio de alojamiento, reciben en promedio 30 turistas al mes los cuales se hospedan en promedio de 2 días. Actualmente el municipio de Guadalupe cuenta con sólo tres servicios de hospedaje informal, los cuales no cumplen con los requerimientos necesarios para satisfacer al cliente.

Se cuenta con un hospedaje perteneciente a la Señora Maruja García Ibarra, el cual cuenta con capacidad para 9 personas, el segundo hospedaje es de propiedad de la Señora Lucrecia Franco con capacidad para 11 personas y el tercero cuyo dueño es el Señor Guillermo Santos tiene una capacidad para 15 personas.

Teniendo en cuenta lo anterior los tres hospedajes tienen una capacidad de alojamiento para 35 personas. Según conversación directa con los dueños de estos hospedajes, seguirán prestando el servicio de alojamiento bajo la misma infraestructura física, ya que no cuentan con el capital necesario para realizar la remodelación que necesita cada habitación. De esta manera se puede destacar que estos resultados comparados con el auge de los turistas al municipio, demuestra la insuficiente capacidad de los hospedajes informales para suplir la demanda existente.

Igualmente es de tener en cuenta que los habitantes no le dan la importancia necesaria a la parte turística del municipio, ya que estos sitios los conocen desde su infancia y no despiertan mayor interés. Es por esto que no se cuenta con una visión de empresa que pueda afianzar el sector hotelero y turístico en beneficio personal, del municipio y de la región.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Se puede observar que el 72% de las familias viaja tres veces en el año al municipio de Guadalupe y se demora en promedio 3 días; mientras que hay un 10% que viaja una vez al año y se demora en promedio de 4 días. Estos datos corresponden a 3.400 familias Guadalupeñas residentes en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá, que para algunas épocas importantes del año como lo

son las ferias, Semana Santa, semana deportiva y navidad visitan a Guadalupe y en promedio se demoran de tres a cuatro días.

De estas 3.400 familias 442 utilizan los hospedajes que se han adecuado en casas de familia y que ofrecen el servicio en el Municipio; este escaso porcentaje se debe a que dichas no cuentan con un servicio adecuado que supla todas comodidades para suplir todas las expectativas del cliente.

De las 442 familias que utilizan el servicio de hospedaje, 323 están insatisfechas con el servicio pues no se les brinda las comodidades propias del servicio, por falta de baño privado en las habitaciones, no llega la cantidad de agua necesaria a las duchas, no tiene televisor, y no ofrecen otros servicios adicionales como alimentación. Las 119 familias restantes califica el servicio de alojamiento en el municipio de Guadalupe como bueno. Esto lógicamente da una pauta importante que se debe tener en cuenta, pues lo que desea el turista en el momento de adquirir el hospedaje es comodidad y tranquilidad.

Se puede establecer que existe una demanda insatisfecha ya que las familias se abstienen de viajar al municipio de Guadalupe, por no encontrar un lugar en donde hospedarse adecuadamente; no encuentran oferta del servicio en las cantidades solicitadas, las viviendas que ofrecen el servicio de hospedaje no están dotadas para satisfacer al número total de los visitantes, como tampoco ofrecen servicios o productos adicionales que colme las expectativas que tiene el turista ³.

El municipio de Guadalupe cuenta con tres hospedajes informales, los cuales ofrecen sólo el servicio de alojamiento en condiciones no adecuadas para el confort del turista. Estos hospedajes reciben en promedio 30 turistas al mes los

³ PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL. Sector Urbano. Guadalupe. 2004 – 2007.

cuales se hospedan en promedio de 2 días. Por consiguiente el nivel de ocupación promedio por año de los actuales hospedajes es de 720 personas.

Es por esto que se puede deducir que la creación del hotel ayuda al mejoramiento del sector turístico del municipio, pues se incrementaría el número de visitantes, ya que pueden encontrar un sitio que les va a ofrecer todas las comodidades necesarias, brindando de esta manera un agradable ambiente familiar.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Se puede decir que las relaciones organizacionales entre el hotel, los intermediarios y el cliente, forman la estructura de los canales actuales. Teniendo en cuenta las características que identifican el servicio hotelero, en la actualidad se encuentra la urgencia por implementar diferentes canales de comercialización ampliamente competitivos.

En Colombia uno de los canales de comercialización más importantes es a través de la Asociación Hotelera de Colombia, quien está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a los hoteles afiliados.

Igualmente los hoteles realizan su mercadeo a través de canales como Cajas de Compensación Familiar y agencias de viaje, las cuales brindan paquetes donde se incluye el servicio de transporte, alojamiento en hotel, deportes de aventura, entre otros⁴.

⁴ GUEVARA BELTRÁN, Cesar Augusto. Una fiesta de integración empresarial. En: Vivir Fácil. Bucaramanga. Año 6, No. 23 (quinto bimestre de 2003); p. 30 – 31.

Ventajas y desventajas de los canales actuales.

2.7.1.1 Ventajas

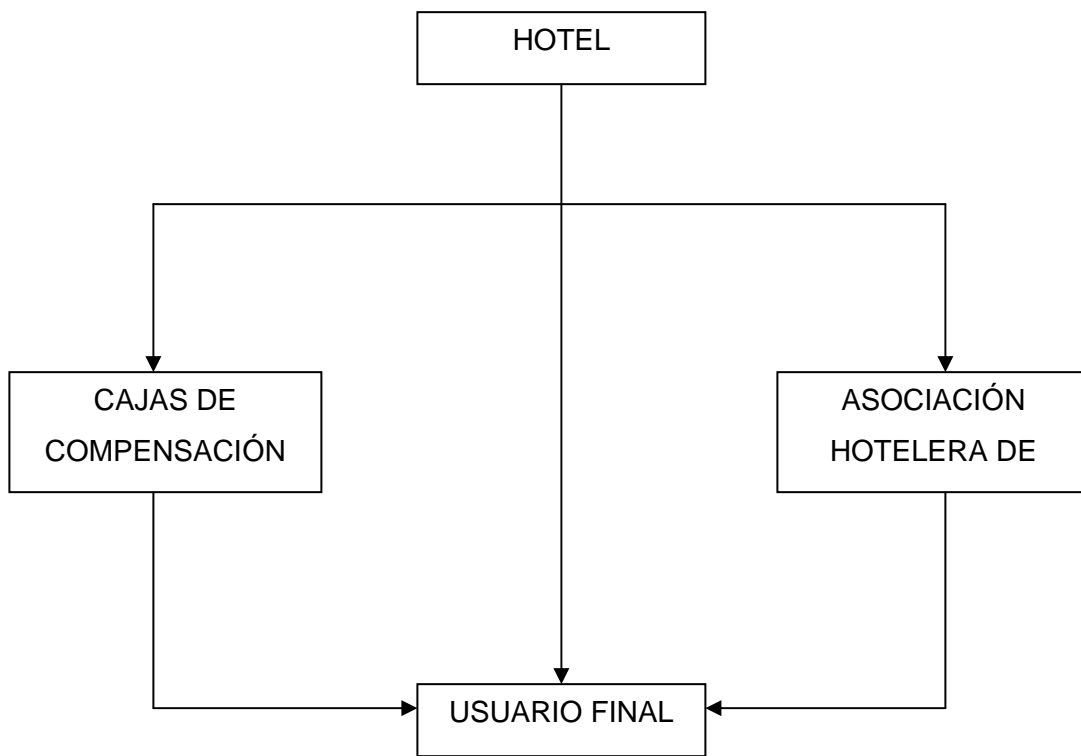
- A través de la Asociación Hotelera de Colombia se puede encontrar un gran mercado nacional e internacional, el cual ayuda a promocionar el servicio hotelero de las diferentes zonas del país.
- Una de los objetivos de las Cajas de Compensación Familiar es desarrollar programas para la recreación de la familia en sitios vacacionales, promoviendo planes de turismo con excursiones, paseos y caminatas, incentivando el sector hotelero nacional y regional.
- Las empresas de turismo de aventura se han destacado por su amplia divulgación acerca del sector hotelero y por ofrecer un producto novedoso al turista.

2.7.2.2 Desventajas.

- Las agencias de viaje sólo trabajan con un determinado sector turístico, teniendo en cuenta su ubicación geográfica, inclinándose por los sitios pertenecientes al Caribe Colombiano.
- Para la afiliación a la Asociación hotelera de Colombia se deben presentar algunos documentos que requieren de tiempo y perseverancia.
- El costo que se debe pagar a las Cajas de Compensación Familiar para poder ofrecer el servicio de alojamiento a través de sus revistas bimestrales es elevado.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. El primer canal de comercialización es el directo, donde no aparece intermediario alguno, pues gracias a la promoción y publicidad de los sitios turísticos naturales y coloniales que realice el hotel atraerá más turistas al municipio de Guadalupe y por consiguiente incrementará la venta del servicio de hospedaje (véase Figura 19).

Figura N° 19. Canales de comercialización servicio de hospedaje



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Teniendo en cuenta la información obtenida a través del censo realizado a los tres hospedajes informales existentes en el municipio de Guadalupe, se pudo determinar que un 67% cobra el valor entre \$10.000 y

\$15.000 por noche y sólo un 33% cobra entre \$5.000 y \$10.000. Estas tarifas son establecidas por los mismos propietarios, ya que en el municipio no existe una norma donde se reglamente estos precios.

Por observación directa se puede concluir que estas tarifas son moderadas y están acordes con las ofrecidas por los hoteles ubicados en la región, ya que en municipios cercanos como Oiba y Socorro se pueden encontrar precios por persona que oscilan entre los \$12.000 y \$20.000 por noche de alojamiento, dependiendo de la ubicación del hotel, así como la calidad de sus servicios.

De igual manera se realiza el análisis de las encuestas realizadas a los jefes cabezas de familias pertenecientes a las colonias ubicadas en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga, observando que el 59% de las familias están dispuestas a pagar entre \$10.000 y \$15.000 por noche de alojamiento, un 30% entre \$5.000 y \$10.000 y sólo un 11% está dispuesto a pagar más de \$15.000.

Lo anterior permite concluir que las tarifas establecidas en el mercado de la región, están acorde con las tarifas que están dispuestos a pagar los turistas en el momento de hospedarse en el hotel.

2.8.2 Estrategia de fijación de precios. La fijación de precios con base en la competencia es la estrategia más adecuada para los diferentes servicios que ofrecerá el hotel. Lo anterior busca nivelación entre el precio – costo y el precio – mercado, teniendo en cuenta el comportamiento histórico y la hipótesis sobre la evolución futura de los precios en la región.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos

- desarrollar una fuerte campaña de publicidad, dirigida al público objetivo, que apoye la estrategia de posicionamiento.
- Divulgar los servicios mediante diferentes medios de comunicación de forma rápida y a un costo razonable.
- Estimular a los turistas para que visiten el municipio de Guadalupe con el fin de aumentar la venta del servicio.
- Llegar al público objetivo de manera directa en diferentes sitios geográficos a nivel regional y nacional.

2.9.2 Logotipo.



El logotipo del hotel Santa Bárbara fue creado teniendo en cuenta la arquitectura colonial de sus calles; igualmente se toma como referencia sus noches tranquilas que ofrece el municipio. Lo anterior con el fin de transmitirle al turista una buena expectativa del municipio como del hotel, mostrándole calidez y elegancia.

Esta imagen se complementa con el nombre del hotel “Santa Bárbara”, saliente de la primera capilla que tuvo Guadalupe, construida a mediados del año 1771 con el fin de acoger a todo el feligresado, donde para esa época la mayoría eran bárbaros alejados del valor espiritual⁵.

2.9.3 Lema. El lema del hotel es: “una historia para contar”, ya que el Municipio de Guadalupe cuenta con su propia historia cultural y religiosa, que se remonta desde la época en que el territorio indígena dio paso a los colonos, quienes empezaron a crear el municipio, así como la insurgencia de su parroquia. De esta manera se logrará despertar interés del turista sobre cómo fue el crecimiento de su población mestiza, cuáles son los principales renglones de su economía y qué tradiciones tiene la gente de la región.

2.9.4 Análisis de medios. Los adelantos tecnológicos en computación y televisión interactiva, han permitido tener acceso a herramientas con mayor individualidad al consumidor final, convirtiéndose en los nuevos canales de comercialización del sector hotelero.

De esta forma el Internet se ha convertido en un medio de publicidad indispensable para los empresarios, obteniendo tanto rapidez, eficacia y rentabilidad, convirtiéndose de esta manera en una herramienta para mejorar el servicio de los clientes.

Los periódicos y directorios telefónicos son considerados como medios masivos publicitarios, cuyos anuncios se pueden realizar a un costo razonable, llegando a

⁵ GUERRERO RINCON, Amado. La Provincia de los Comuneros. Bucaramanga. : Colección de Historia Regional, 1980. p.102.

un público objetivo con un cubrimiento nacional o regional según la audiencia que quiera lograr el empresario hotelero.

Otros medios presentes en la publicidad hotelera es a través de volantes y revistas, los cuales tienen la probabilidad de alcanzar la audiencia objetivo deseada por su cubrimiento geográfico específico.

A nivel regional los anuncios por radio son apetecidos, pues son poco costosos y fáciles de realizar. Además facilita llegar a la audiencia que se quiere, gracias a la cobertura en una amplia zona geográfica.

Otro medio importante es la publicidad al aire libre, el cual es un medio flexible y de bajo costo, llegando a un mercado amplio y diversificado. El uso de carteleras, pancartas y vallas son los más utilizados por el sector hotelero.

2.9.5 Selección de Medios. Uno de los medios a utilizar será el Internet a través de la creación de una página Web, con el fin de promocionar los servicios principales y complementarios ofrecidos por el hotel Santa Bárbara, conllevando a tener una audiencia nacional e internacional. Esta página está compuesta por diferentes módulos como es la información organizacional, catálogo de servicios, información turística del municipio, mapa de navegación, formato de reservaciones y contactos (véase el Anexo C).

Desde cualquier parte del mundo el turista podrá acceder durante las 24 horas del día durante los 365 días del año al sitio Web desarrollado, a través de la página del hotel, así como a través del buscador simple y versátil como google.com., ofreciéndole facilidad al visitante virtual para encontrar de manera rápida y precisa la página del hotel Santa Bárbara.

Igualmente mediante la suscripción a las páginas verdes y blancas de Publicar S.A., a través del directorio telefónico de Santander, teniendo la certeza sobre el cubrimiento de un público objetivo, ya que es un medio consultado en el diario vivir de la comunidad.

De igual manera será importante la utilización de plegables donde se puede encontrar todo lo relacionado con los servicios prestados por el hotel, fotos, nombres y ubicación de los sitios turísticos en el mapa del municipio de Guadalupe, con el fin de suministrarle la información necesaria al turista proveniente de otras zonas del país (véase el Anexo D).

2.9.6 Estrategias publicitarias. Teniendo en cuenta los canales de distribución y la selección de los medios escogidos para promocionar los servicios del hotel Santa Bárbara, se determinan ciertas estrategias publicitarias.

Una de las estrategias a tener en cuenta es la publicación del plegable a través de las revistas bimestrales de las Cajas de Compensación Familiar, donde se relacionan y se muestran las fotos de los diferentes atractivos turísticos que tiene el Municipio de Guadalupe, así como la incorporación del lema “una historia para contar”, siendo este el enfoque adecuado para crear expectativa e Interés en las personas que observen y lean el plegable, logrando que sea visitado el municipio de Guadalupe por turistas de diferentes ciudades y de esta manera poderles ofrecer los servicios que presta el hotel Santa Bárbara.

Igualmente a través de la página Web se impulsará la parte turística del municipio de Guadalupe, así como la descripción de los servicios que ofrecerá el hotel, suministrando de esta manera tranquilidad al turista, mediante la satisfacción de una de las necesidades indispensables en el momento de viajar como es el destino y lugar de alojamiento.

Así mismo publicarán los diferentes servicios complementarios que prestará el hotel como son: la espeleología, cabalgatas y caminatas ecológicas, siendo esto un atractivo más para el turista en el momento de visitar a Guadalupe y hospedarse en el hotel Santa Bárbara.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

2.9.7.1 De lanzamiento. Teniendo en cuenta los medios seleccionados para la promoción de los servicios del hotel, se realiza el presupuesto de lanzamiento de la siguiente forma:

Tabla 27. Presupuesto lanzamiento y publicidad hotel Santa Bárbara.

Descripción rubro presupuestal	Valor presupuestado
Creación página Web (desarrollo del Webside + Hosting con Dominio)	\$900.000
Inscripción en las páginas verdes del directorio telefónico de Santander.	\$385.000
Realización del plegable	\$240.000
Impresión de los plegables (3.000 unidades)	\$175.000
TOTAL PRESUPUESTO DE LANZAMIENTO	\$1.700.000

2.9.7.2 De operación. Teniendo en cuenta los servicios o material a utilizar en el lanzamiento de la promoción y publicidad del Hotel Santa Bárbara, se debe incorporar al presupuesto los gastos concernientes a la operación del mismo y su duración en el mercado.

Tabla 28. Presupuesto de operación publicidad y promoción hotel Santa Bárbara.

Descripción rubro presupuestal	Valor presupuestado
Hosting y dominio página Web	\$480.000
Renovación inscripción páginas verdes directorio telefónico de Santander.	\$315.000
Publicación plegables revista bimestral Cajas de Compensación Familiar	\$800.000
TOTAL PRESUPUESTO DE LANZAMIENTO	\$1.595.000

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Se puede concluir que anualmente 3.400 familias pertenecientes a las colonias Guadalupeñas residentes en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga, visitan el municipio de Guadalupe. De este total 2.278 familias que aprovechan para cambiar de ambiente y dejar por un tiempo la vida sedentaria y de rutina que les produce las ciudades; 680 familias lo hacen por otros motivos especiales como compromisos familiares y semana deportiva y 442 familias lo hace por otros motivos.

Las familias que se alojan en los hospedajes informales 323 están insatisfechas con el servicio pues no se les brinda las comodidades propias del servicio, por falta de baño privado en las habitaciones, la ducha igualmente es compartida, no tienen televisor y no ofrecen otros servicios adicionales como alimentación. Las 119 familias restantes califican el servicio de alojamiento como bueno. Esto lógicamente da una pauta importante que se debe tener en cuenta, pues lo que desea el turista en el momento de adquirir el hospedaje es comodidad y tranquilidad.

Teniendo en cuenta lo anterior la competencia es muy baja ya que el hotel le ofrecerá el servicio de hospedaje, así como otros servicios complementarios como la espeleología en las diferentes cuevas del municipio y caminatas ecológicas, siendo el primer y único hotel que ofrece estos servicios en el municipio.

Un dato importante a tener en cuenta es que 3.260 familias están dispuestas a utilizar el servicio de hospedaje del hotel Santa Bárbara, así como el 100% de las familias tomarán los paquetes turísticos, presentándose la viabilidad de crear el hotel en Guadalupe, con el fin de brindarle al turista toda comodidad y tranquilidad necesaria en su tiempo de estadía, esencial para la satisfacción total del cliente.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Como se enunció anteriormente el hotel ofrecerá el servicio de alojamiento, mediante confortables habitaciones con los servicios esenciales, ofreciendo comodidad y tranquilidad durante los días de estadía del turista.

Para determinar el tamaño del proyecto se tendrá en cuenta el tipo de acomodación que se va a ofrecer al cliente:

- Acomodación Doble: para este tipo de acomodación se tendrán disponibles dos habitaciones, donde será alojadas dos personas o una sola persona según la demanda.
- Acomodación Múltiple: se contarán con dos habitaciones múltiples donde podrán ser acomodadas de una hasta cuatro personas. Igualmente se tendrá seis habitaciones con capacidad de alojamiento para seis personas.

Las habitaciones con acomodación doble o múltiple, contarán con el espacio necesario y los servicios esenciales requeridos por el turista.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Inicialmente el tamaño del proyecto está condicionado a la demanda y factor económico para su respectiva creación.

Para determinar el tamaño del proyecto se deben tener en cuenta algunas consideraciones, entre las cuales se tienen:

a. Tamaño del proyecto y la demanda: la demanda es un factor que permite reflexionar sobre la estimación del tamaño más apropiado, en relación con el ingreso, con los precios, con los cambios en la distribución geográfica del mercado y obviamente con respecto a los costos unitarios propios del proyecto.

Teniendo en cuenta lo anterior se tiene como demanda potencial para ofrecer los servicios del hotel a 3.260 familias, quienes según estudio de mercados están dispuestas a utilizarlos, durante diferentes épocas del año como la temporada de semana santa, puentes festivos o para cumplir con algunos compromisos familiares tales como cumpleaños, primeras comuniones, confirmaciones, matrimonios, entre otros.

Igualmente se pudo observar que dichos turistas poseen una capacidad de pago acorde con las establecidas durante el desarrollo de este proyecto, donde 1.923 familias están dispuestas a pagar entre \$10.000 y \$15.000 pesos por noche de alojamiento; 978 familias entre \$5.000 y \$10.000 pesos y 359 familias estarían dispuestas a pagar más de \$15.000. De esta manera se puede establecer diferentes precios teniendo en cuenta los diferentes tipos de acomodación, como es habitación doble o múltiple.

b. Tamaño del proyecto y los suministros e insumos: la prestación del servicio de hospedaje requiere de cierta cantidad y calidad de insumos que serán comprados a diferentes proveedores. De esta manera se debe realizar varias cotizaciones en

diferentes ciudades de fácil acceso geográfico, para poder comparar precios, cantidad y calidad, con el fin de determinar la más adecuada para el proyecto.

c. Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos: para la puesta del hotel se necesitará de la tecnología, mediante la compra de un equipo de computo para el manejo de la página Web, la cual será una herramienta indispensable para poder vender el servicio a turistas ubicados en diferentes áreas geográficas de Colombia y a nivel internacional. La tecnología refuerza con mayor vigor la estrategia competitiva, lo cual hace mejorar la calidad y productividad, bajar los costos, y desde luego satisfacer mejor al cliente.

d. Tamaño del proyecto y la localización: el hotel debe tener una ubicación geográfica adecuada en el municipio de Guadalupe, pues la ubicación final del proyecto es un factor que tiene notables repercusiones principalmente sobre los costos de operación. Por esto se debe tener en cuenta opciones como la búsqueda de terrenos para construcción o casas que puedan ser remodeladas acorde con la distribución de la planta y servicios a ofrecer propuesta en el desarrollo de este proyecto.

e. Tamaño del proyecto y el financiamiento: para el financiamiento del hotel se debe contar con el aporte de capital propios de los socios o inversionista; si este aporte no cubre el valor de la inversión se acudirá a un préstamo en alguna entidad bancaria de la región, donde se vaya amortizando la deuda de una manera adecuada, en un periodo prudente y a una tasa de interés baja, teniendo en cuenta los costos mínimos y las restricciones del mercado.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Según la demanda existente se puede concluir que cerca de 3.400 familias visitan el municipio anualmente en diferentes épocas del año como son las ferias, semana santa, semana deportiva y navidad, convirtiéndose en un número de turistas potenciales para ofrecerles los servicios del hotel. La capacidad diseñada del hotel es de diez (10) habitaciones, donde se contará con dos habitaciones para acomodación individual o doble, dos habitaciones con acomodación de una hasta cuatro personas y seis habitaciones con acomodación de una hasta seis personas.

3.1.3.2 Capacidad instalada. Para ofrecer un servicio al cliente se contará con el personal idóneo, entre los cuales se encuentran: un administrador del hotel, una recepcionista–auxiliar contable, tres portero–botones, un auxiliar de servicios generales. Se debe tener en cuenta que para las temporadas de semana santa, vacaciones de Junio, semana deportiva, ferias y fin de año se contratará por prestación de servicios otro auxiliar de servicios generales para prestar un servicio adecuado. En cuanto a la mano de obra indirecta se encuentra el contador, quien se encargará de llevar la contabilidad y entregar los informes respectivos a la administración.

Según la demanda existente se puede concluir que cerca de 3.400 familias visitan el municipio anualmente en diferentes épocas del año como son las ferias, semana santa, semana deportiva y navidad, convirtiéndose en un número de turistas potenciales para ofrecerles los servicios del hotel. La capacidad diseñada del hotel es de diez (10) habitaciones, donde se contará con dos habitaciones para acomodación individual o doble, dos habitaciones con acomodación de una hasta cuatro personas y seis habitaciones con acomodación de una hasta seis personas.

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. La capacidad está determinada por el tipo de servicio que en este caso es el de hospedaje. Es por esto que se tomará como base el flujo de turistas durante los fines de semana como son los sábados, domingos y los festivos en ciertas épocas del año. Una vez revisado el calendario se cuentan con 131 días entre sábados, domingos y festivos; cuyo dato se toma para estimar la capacidad utilizada y proyectada que corresponde a:

$$\begin{array}{l} \text{días} \quad \text{capacidad hospedaje} \\ 131 \quad x \quad 48 \quad = \quad 6.288 \end{array}$$

Se puede observar que el hotel tendrá una capacidad utilizada de alojamiento para atender a 6.288 personas durante el año.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. El hotel será construido en el Municipio de Guadalupe (véase Anexo E).

3.2.2 Microlocalización. El hotel estará ubicado en el casco urbano del municipio de Guadalupe, ofreciendo comodidad y tranquilidad por su cercanía a las agencias de transporte y entidades municipales. Igualmente su ubicación le proporciona al turista seguridad, así como un ambiente ideal, gracias a su arquitectura colonial y paisaje natural de su entorno (véase Anexo F).

Otro aspecto importante de su ubicación es la disponibilidad y facilidad de tener excelentes servicios públicos necesarios para el hotel como son; el acueducto, alcantarillado, televisor, cable, aseo, energía y teléfono.

Teniendo en cuenta lo anterior el sistema utilizado para la selección de las diferentes alternativas viables existentes para la creación del hotel, es mediante el Método Cualitativo por puntos:

3.2.2.1 Definición factores método cualitativo por puntos.

- a. Costo adquisición del terreno. Es el costo del terreno y adecuación del mismo como remoción y nivelación.

- b. Servicios públicos. Son los servicios necesarios para el funcionamiento del hotel como son: energía, acueducto, televisor, cable, alcantarillado y teléfono.

- c. Calidad de los paisajes y tranquilidad de su entorno. Es la belleza de su entorno, los cuales pasarán a ser atractivos del hotel. De igual manera la tranquilidad y seguridad serán indispensables para el servicio de alojamiento de los turistas.

- d. Condiciones higiénicas y ambientales. Estas condiciones están dadas por la ubicación del hotel, ya que son esenciales para el beneficio de los empleados, así como para los turistas.

- e. Medios de transporte disponibles. Este factor es considerado importante pues la disponibilidad de las vías, facilitará el desplazamiento de las materias primas utilizadas por el hotel, así como la llegada de los turistas al mismo.

3.2.2.2 Ponderación de los factores. La ponderación porcentual de cada uno de los factores se realizó de forma subjetiva, teniendo en cuenta la importancia de ellos en el momento de la construcción o adecuación del hotel:

Tabla 29. Ponderación porcentual de factores.

FACTOR	PONDERACIÓN PORCENTUAL
a. Costo adquisición del bien inmueble	35%
b. Servicios públicos	20%
c. Calidad del paisaje y tranquilidad de su entorno.	15%
d. Condiciones higiénicas y ambientales	12%
e. Medios de transporte disponibles	18%

3.2.2.3 Puntuación máxima y asignación de puntos a cada factor. La condición óptima corresponde a la puntuación máxima de cada factor, determinando de manera subjetiva un máximo de 500 puntos, teniendo en cuenta la ponderación de los factores.

3.2.2.4 Asignación de puntos. Para la asignación de puntos se tiene en cuenta el máximo de puntos que en este caso son 500 y se toma la ponderación porcentual por cada factor, determinando los puntos por cada uno de ellos.

Tabla 30. Asignación puntaje a los factores.

FACTOR	PUNTOS
a. Costo adquisición del bien inmueble	175
b. Servicios públicos	100
c. Calidad del paisaje y tranquilidad de su entorno.	75
d. Condiciones higiénicas y ambientales	60
e. Medios de transporte disponibles	90
TOTAL PUNTOS	500

La intensidad mínima de cada factor tiene un puntaje de cero, que corresponde a su negación.

3.2.2.5. División de cada factor en grados.

FACTOR 1.

Tabla 31. División factor costo adquisición bien inmueble

GRADO	DESCRIPCIÓN
0	El costo del bien inmueble y su remodelación son muy elevados.
1	El costo del bien inmueble es elevado y el costo de su remodelación es normal.
2	Los costos del bien inmueble y remodelación es normal.
3	El costo del bien inmueble y su respectiva remodelación es adecuado.

FACTOR 2.

Tabla 32. División factor servicios Públicos.

GRADO	DESCRIPCIÓN
0	No existe servicios públicos en el predio.
1	Los servicios públicos existentes no son los adecuados.
2	El costo de la instalación completa de los servicios es alto.
3	Existe una completa y adecuada infraestructura de servicios públicos.

FACTOR 3

Tabla 33. Definición factor calidad del paisaje, tranquilidad y seguridad de su entorno.

GRADO	DESCRIPCIÓN
0	No existe paisajes agradables como tampoco tranquilidad y seguridad en su entorno.
1	Se observan algunos paisajes pero no ofrece tranquilidad, como tampoco seguridad alguna.
2	El paisaje natural y colonial es adecuado, ofreciendo tranquilidad y seguridad en su entorno.

FACTOR 4

Tabla 34. Definición factor condiciones higiénicas y ambientales.

GRADO	DESCRIPCIÓN
0	No existen las mínimas condiciones higiénicas y ambientales.
1	Las condiciones higiénicas y ambientales son inadecuadas
2	Las condiciones higiénicas y ambientales son óptimas.

FACTOR 5

Tabla 35. Definición factor medios de transporte disponibles

GRADO	DESCRIPCIÓN
0	No existe ningún medio de transporte disponible.
1	Existen pocos medios de transporte a un alto costo.
2	Existen los medios de transporte adecuados a costos normales.

3.2.2.6 Repartición de los puntos entre los grados de cada factor. Para realizar la respectiva repartición de los puntos entre los grados de cada factor se utiliza la progresión aritmética:

$$R = \frac{P_{\max} - P_{\min}}{N - 1}$$

P_{\max} : puntuación máxima

P_{\min} : puntuación mínima

N : número de grados de cada factor

Donde;

$$R1 = \frac{175 - 0}{4 - 1} = 58$$

$$R2 = \frac{100 - 0}{4 - 1} = 33$$

$$R3 = \frac{75 - 0}{3 - 1} = 38$$

$$R4 = \frac{60 - 0}{3 - 1} = 30$$

$$R5 = \frac{90 - 0}{3 - 1} = 45$$

FACTOR 1

Tabla 36. Repartición Puntos costo adquisición del bien inmueble

GRADO	NÚMERO DE PUNTOS
0	0
1	58
2	116
3	174

FACTOR 2

Tabla 37. Repartición puntos servicios públicos.

GRADO	NÚMERO DE PUNTOS
0	0
1	33
2	66
3	99

FACTOR 3

Tabla 38. Repartición puntos calidad del paisaje, tranquilidad y seguridad de su entorno.

GRADO	NÚMERO DE PUNTOS
0	0
1	38
2	76

FACTOR 4

Tabla 39. Repartición puntos condiciones higiénicas y ambientales.

GRADO	NÚMERO DE PUNTOS
0	0
1	30
2	60

FACTOR 5

Tabla 40. Repartición puntos medios De Transporte Disponibles.

GRADO	NÚMERO DE PUNTOS
0	0
1	45
2	90

3.2.2.7 Evaluación de alternativas. La aplicación del método de puntos a las 77 zonas de ubicación escogidas se determinó de la siguiente forma:

Alternativa 1: Casona antigua ubicada en una esquina cerca al parque principal del municipio de Guadalupe.

Alternativa 2: Edificación ubicada en el casco urbano de Guadalupe, frente a la Escuela Normal de Guadalupe con domicilio en la carrera 1 No. 1-12.

3.2.2.8 Valoración de alternativas.

Tabla 41. Valoración de alternativas según factores.

FACTOR	ALTERNATIV A 1		ALTERNATIV A 2	
	a. Costo adquisición del bien inmueble	0	0	1
b. Servicios públicos	1	33	2	66
c. Calidad del paisaje y tranquilidad de su entorno	2	38	2	38
d. Condiciones higiénicas y ambientales	2	60	2	60
e. Medios de transporte disponibles	2	90	2	90
TOTAL PUNTOS		221		312

3.2.2.9 Asignación definitiva de la ubicación. Teniendo en cuenta el método cualitativo de puntos se puede observar que la mejor alternativa a tomar es la No. 2, ya que obtuvo el mayor puntaje con respecto al alternativa No. 1, siendo la edificación ubicada en la carrera 1 No. 1-12 (véase Anexo G).

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Descripción técnica del proceso. El inicio del proceso del servicio se toma desde que el turista realiza la respectiva reservación de la habitación hasta su egreso del hotel.

- Primer paso: cuando el turista llega al hotel para solicitar la habitación sin previa reservación se realiza el registro en el libro pertinente para asignarle el

número de habitación y se toman los datos necesarios como nombre completo, número de identificación, profesión, ciudad proveniente y número de teléfono.

En cuanto a las personas que hacen sus reservaciones a través de la página Web, igualmente se toman los datos, confirmando la información registrada y realizando la anotación en el libro pertinente.

- Segundo paso: el cliente firma el libro de hospedaje donde se encuentran los datos entregados y se le solicita la cancelación de la habitación, realizándole la factura respectiva de pago.
- Tercer paso: una vez cancelada la habitación el portero-botones ayuda a llevar las maletas del cliente a la habitación asignada y una vez ubicado se le entrega la llave, la toalla, el jabón y el control del televisor.
- Cuarto paso: cada vez que el turista realice un pedido se le llevará hasta la habitación, ofreciéndole un servicio de alta calidad. De esta manera la recepcionista va registrando en la planilla de consumo, cada producto o servicio solicitado por número de habitación.
- Quinto paso: cuando el turista le comunique a la recepcionista la decisión de entregar la habitación, el portero-botones se desplazará hasta allí, revisando el inventario.
- Sexto paso: el portero-botones le comunica a la recepcionista el resultado de su revisión.
- Séptimo paso: la recepcionista revisa la planilla de consumo correspondiente a la habitación, entregándole al cliente el valor a cancelar.

- Octavo paso: una vez cancelada la deuda se realiza la factura de pago y se le entrega copia al cliente.
- Noveno paso: egreso del cliente.
- Décimo paso: la camarera realizará el aseo de la habitación, cambiando tendidos y dejándola en las condiciones óptimas de aseo y presentación para una nueva reservación.

En cuanto al servicio de aseo, los tendidos son llevados por la camarera a lavandería con el fin de ser lavados, utilizando los detergentes adecuados para desinfectarlos y seguirlos utilizando; brindándole a un nuevo cliente tranquilidad en cuanto a la higiene se refiere.

Los desechos provenientes de las diferentes habitaciones serán recogidos por la camarera en el recipiente adecuado, para los cuales se tendrán en cuenta las normas de seguridad industrial del hotel.

El hotel contará con un cuarto pequeño debidamente señalado, donde se guardará la caneca del aseo con su respectiva tapa, evitando la contaminación ambiental para brindar un ambiente saludable para los empleados, clientes y su entorno.

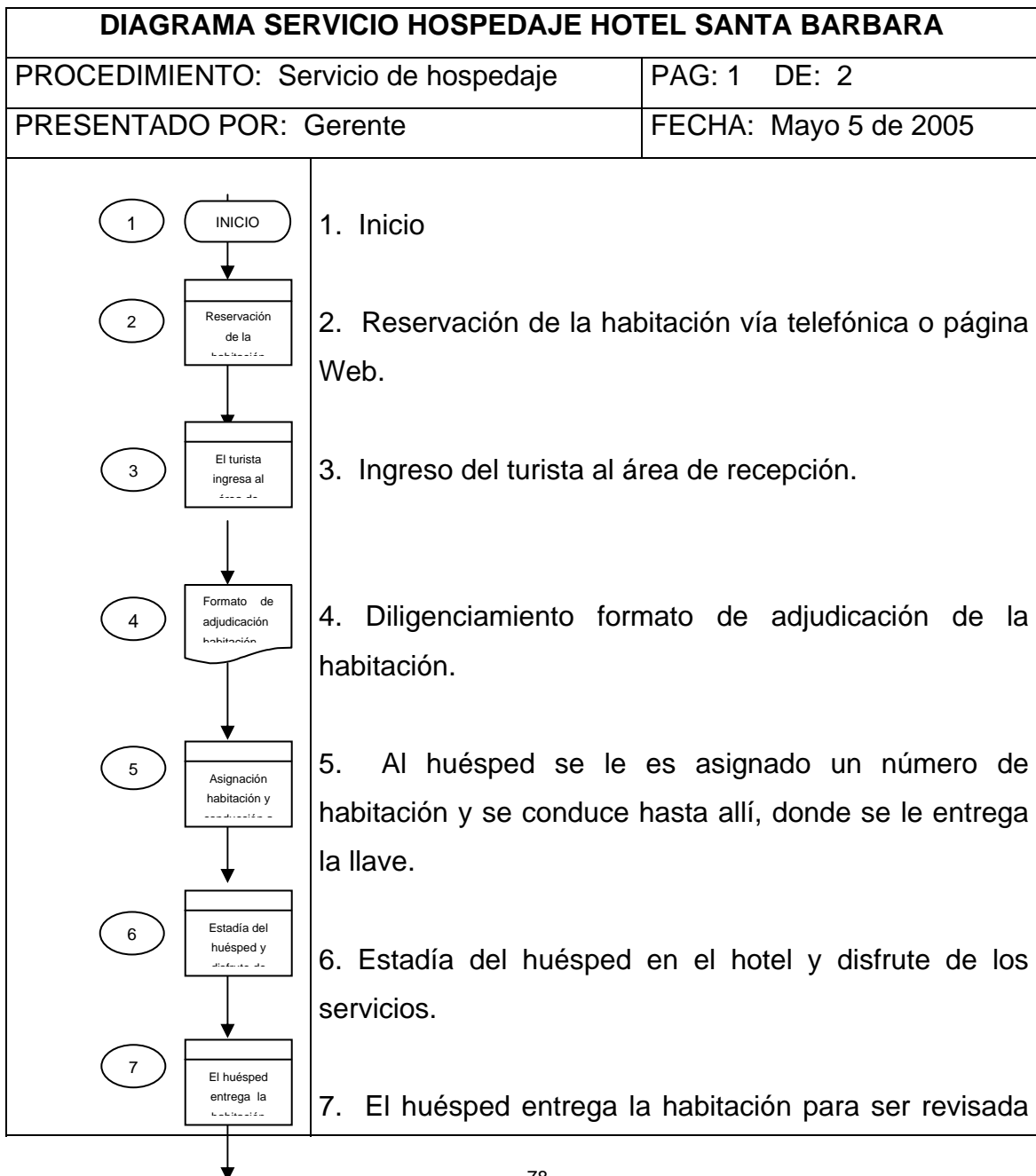
La persona de oficios generales tendrá la capacitación necesaria para el manejo de los residuos, quien debe cumplir diariamente con estas normas, donde la administración deberá brindarle la cantidad de bolsas con sus colores a utilizar y el número de canecas para tal fin.

Se debe tener en cuenta que el municipio tiene el servicio de recolección de aseo, cuyo vehículo realiza la recolección durante dos días de la semana, por el cual la

persona de servicios generales se encargará de sacar las bolsas en el momento y días indicados.

3.3.2 Diagrama de procedimiento. A continuación se presenta el diagrama, correspondiente al proceso de alojamiento:

Figura N° 20. Diagrama de procedimiento prestación servicio de hospedaje




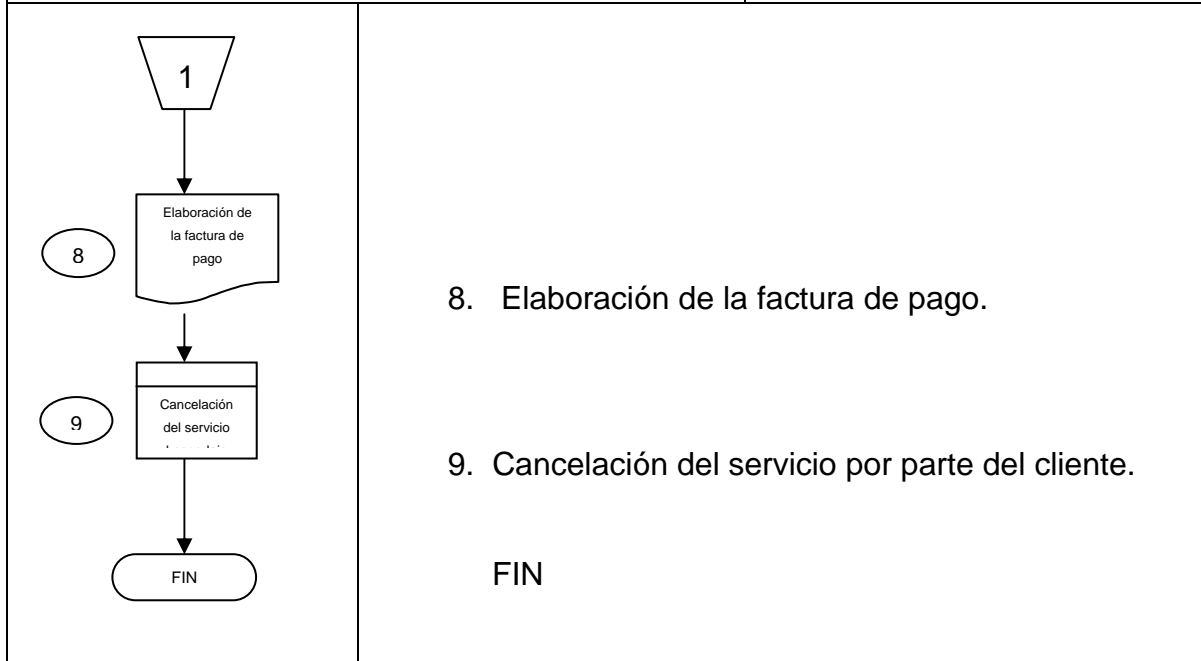
	<p>por la persona encargada del hotel, donde seguidamente abandona la habitación y se traslada a recepción.</p>
---	---

DIAGRAMA DEL PROCESO SERVICIO HOTEL SANTA BARBARA

PROCEDIMIENTO: Servicio de Alojamiento	PAG: 2 DE: 2
PRESENTADO POR: Gerente	FECHA: Mayo 5 de 2005



3.3.3 Control de Calidad. Según el presidente de COTELCO “en Colombia los hoteles deberán certificarse bajo la norma NTSH006, con el fin de clasificarlas dependiendo del servicio que prestan, con lo cual hay una clara equivalencia entre el número de estrellas, el precio de la habitación y la calidad del establecimiento. Con esta norma, los hoteles deben cumplir unos requisitos y cualidades para hacerse merecedores a determinadas estrellas”⁶.

⁶ Disponible en Internet: www.cotelco.gov.co. Foro certificación norma NTSH006 hotelería Colombia.

Aunque el proceso de certificación es voluntario, los hoteles que no se acojan a la disposición del Gobierno no podrán publicitar sus estrellas y, si lo hacen, serán sancionados. Todo hotel tiene un plazo de 12 meses para acogerse al proceso de certificación. Si pasado ese tiempo no se hace, deberá ser retirada la publicidad, y si no, se incurrirá en una infracción de la Ley".

De esta forma se debe certificar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, el cumplimiento de los requisitos para los determinados rangos de estrellas, que garantice la transparencia del proceso.

En cuanto a las normas ISO 9001:2000 se debe conocer primero la norma, hacer un diagnóstico sobre el posible cumplimiento de los requisitos, con el fin de ir aplicando desde sus inicios estos parámetros, teniendo en cuenta la categoría que se quiera alcanzar, y contactar al organismo de certificación quien realizará la auditoria respectiva.

3.3.4 Control de Calidad. Según el presidente de COTELCO "en Colombia los hoteles deberán certificarse bajo la norma NTSH006, con el fin de clasificarlas dependiendo del servicio que prestan, con lo cual hay una clara equivalencia entre el número de estrellas, el precio de la habitación y la calidad del establecimiento. Con esta norma, los hoteles deben cumplir unos requisitos y cualidades para hacerse merecedores a determinadas estrellas"⁶.

Aunque el proceso de certificación es voluntario, los hoteles que no se acojan a la disposición del Gobierno no podrán publicitar sus estrellas y, si lo hacen, serán sancionados. Todo hotel tiene un plazo de 12 meses para acogerse al proceso de certificación. Si pasado ese tiempo no se hace, deberá ser retirada la publicidad, y si no, se incurrirá en una infracción de la Ley".

⁶ Disponible en Internet: www.cotelco.gov.co. Foro certificación norma NTSH006 hotelería Colombia.

De esta forma se debe certificar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, el cumplimiento de los requisitos para los determinados rangos de estrellas, que garantice la transparencia del proceso.

En cuanto a las normas ISO 9001:2000 se debe conocer primero la norma, hacer un diagnóstico sobre el posible cumplimiento de los requisitos, con el fin de ir aplicando desde sus inicios estos parámetros, teniendo en cuenta la categoría que se quiera alcanzar, y contactar al organismo de certificación quien realizará la auditoria respectiva.

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recurso humano. Para el funcionamiento del hotel en la parte de dirección, administración y operación se necesita la siguiente planta de personal:

- Mano de obra directa: son las personas que participan de manera directa en la prestación del servicio de hospedaje:

Tabla 42. Recurso humano mano de obra directa hotel Santa Bárbara

Descripción del cargo	No. de empleados
Recepcionista – Auxiliar contable	1
Portero – botones	1
Auxiliar de servicios generales	1

Para las temporadas de semana santa, vacaciones de Junio, semana deportiva, ferias y fin de año, se contratará otra persona para el cargo como auxiliar de

servicios general, con el fin de cumplir a cabalidad con una prestación del servicio con calidad, satisfaciendo las expectativas del huésped.

- Mano de obra indirecta: es el personal restante tanto del área operativa como administrativa que está involucrado dentro de la prestación del servicio:

Tabla 43. Recurso humano mano de obra indirecta hotel Santa Bárbara.

Descripción del cargo	No. de empleados
Contador público	1
Administrador	1

3.3.5.2 Recurso Físico. Para prestación de un óptimo servicio se debe contar con los siguientes muebles y equipos:

Tabla 44. Requerimientos de muebles y equipos hotel Santa Bárbara.

CANT	DESCRIPCIÓN
	RECEPCIÓN Y OFICINA
1	Computador INTEL PIV 2.6 GB, 256 MB, 40 GB, FAX MODEN 56 BPS, monitor SAMSUNG, teclado, mouse, SCANNER GENIUS, impresora H.P. packard, filtro protector de pantalla e instalación del computador.
1	Calculadora eléctrica de 12 dígitos
1	Conmutador para 10 extensiones telefónicas con cableado y canaleta plástica.
1	FAX marca PANASONIC
1	Puesto de trabajo recepción superficies en MADECOR de 25 M.M, bordes en P.V.C., archivador de piso 2x1 porta teclado, gabinete aéreo, soporte en tubo de 3" redondo, falda forrada en paño aluminio, terminado en pintura electrostática color negro.

1	Silla giratoria sin brazos neumática tipo secretarial tapizada en paño.
1	Archivador de 4 cajones en madera terminado en tintilla color miel.
1	Casillero en madera en laca transparente
1	Juego de sala (2 poltronas doble y 1 sencilla tapizada en cuerina color azul oscuro).
1	Televisor color de 21" PANASONIC control remoto sonido Stereo para sala de espera.
1	Nevera Centrales de 12 pies
	HABITACIONES
22	Camas en madera terminadas en natural y laca transparente, con cama auxiliar movible en la parte inferior. Fondos o tendidos en madera ZAPAN medidas 0.90 x 1.90.
2	Camas dobles en madera terminadas en natural y laca transparente, fondos o tendidos en madera de ZAPAN medidas 1,90x1,40.
48	Juegos de sábanas (sobresábanas y fundas) en DACRON sencillas estampadas y/o unicolor.
48	Cobijas sencillas fabricadas en lana unicolor
22	Colchones semi-ortopédicos espuma de 20 Cms de gruesor medidas 1.90 x 0.90.
2	Colchones semi-ortopédico en espuma de 20 Cms de gruesor medidas 1,90 x 1,40.
10	Mesas de noche terminadas en madera natural y laca transparente con vidrio y cajonera.
10	Mesas auxiliar en madera terminadas en natural y laca transparente medidas 0,60 x 1.10x75H.
10	Sillas auxiliares estructura en madera terminadas en laca transparente, asiento y espaldar tapizadas en corcovan.
10	Espejos tallados en vidrio bronce y biselados de 0,50x0,40 Cms fijados a

	la pared.
10	Teléfonos T&T.
10	Percheros verticales en madera y laca transparente.
10	Closet empotrados en la pared, en madera y laca transparentes con cajoneras y ropera medidas 1,60x1.90 H.
10	Televisores de 14" SANKEY control remoto color sonido stereo.
10	Soportes para televisor de 14" metálico anclados en la pared.
10	Ventiladores marca SAMURAI de 3 puestos.
10	Cortinas elaboradas en velo nacional plegado tres veces color blanco.
RESTAURANTE	
1	Lavaplatos semi-industrial en acero con grifos y llaves.
1	Cocina industrial en acero con cuatro fogones.
LAVANDERIA	
1	Plancha Industrial a vapor con pesa plana.
1	Nevera de 28 libras marca Whirlpool.

El servicio de restaurante se dará en comodato a personas interesadas, quienes tendrán los elementos y equipos necesarios para ofrecerle al turista, los platos tipos de la región o lo que consideren conveniente para satisfacer el paladar de los visitantes.

Teniendo en cuenta el recurso físico a utilizar para la prestación del servicio de hospedaje, se tendrán dentro de las normas de seguridad industrial el mantenimiento preventivo de los muebles y equipos, con el fin de suministrar seguridad al cliente y al empleado, evitando de esta manera algún riesgo profesional.

3.3.5.3 Recurso de insumos. En cuanto a los insumos o materias primas indispensables en los diferentes procesos del hotel, se tienen aquellos utilizados en las habitaciones como lo concerniente a los productos de consumo ubicados en la nevera del hotel.

De igual manera es indispensable la compra de útiles de aseo destinados a la limpieza de las diferentes áreas del hotel como: detergentes, desinfectantes, toallas multiusos, cera para piso, escobas, recogedor y traperos; así como los destinados al consumo de los turistas como: jabón, champú, papel higiénico, máquina de afeitar, crema y cepillo de dientes. Al turista también se le ofrecerá productos de confitería como galletas, salchichas, papas fritas, gaseosas, jugos, chicles, cigarrillos, licor y agua.

3.3.6 Estudio de proveedores. Para realizar la compra de los equipos, muebles, enseres, artículos de aseo y confitería, necesarios para el funcionamiento del hotel, se pidió cotizaciones en diferentes localidades como Socorro, San Gil y Bucaramanga (véase Anexo H).

De esta manera se observó que los precios más bajos corresponden a los ofrecidos por puntos de venta ubicados en la ciudad de Bucaramanga, ya que en los municipios más cercanos a Guadalupe su costo es más elevado por motivo de transporte.

Según estas cotizaciones se tienen como proveedores los siguientes establecimientos o personas naturales:

Tabla 45. Proveedores equipos, insumos, muebles y enseres.

NOMBRE PROVEEDOR	DIRECCIÓN	CIUDAD
CONSTRUSERGO LTDA	Carrera 16aw No. 61-65 Barrio Prado del Mutis	Bucaramanga
DIDÁCTICOS UNIVERSAL	Calle 100 No.41-68 Hacienda San Juan	Bucaramanga
ABC Decoración	Calle 57 No. 16-45	Bogotá
Electrodomésticos La 16	Carrera 16 No. 30-37	Bucaramanga
Supermercado Todomenos	Calle 13 No. 17-34	Socorro
Almacén Electrohogar	Calle 14 No. 15-51	Socorro
Gaseosas HIPINTO S.A.	Carro distribuidor	Guadalupe
Panadería Pan de Mija	Casco Urbano	Guadalupe
Cocacola	Carro distribuidor	Guadalupe

3.3.7 Distribución de la planta. La planta física del hotel será distribuida teniendo en cuenta la construcción existente, pues allí funcionaba la escuela de la normal de Guadalupe. Una vez revisada la construcción se realizará la remodelación de la planta física, aprovechando las bases existentes, y sus zonas verdes. Cada sección del hotel contará con el espacio necesario para brindar un ambiente cómodo y agradable.

- a. Servicio de recepción: comprende la zona donde se registran los huéspedes y donde estará ubicada la sala de espera.
- b. Zona administrativa: está constituida por la oficina del administrador y del contador.
- c. Restaurante: está conformado por la cocina y el sitio donde es atendido el huésped en el momento de tomar algún plato típico ofrecido por el hotel.

d. Zona de alojamiento: está compuesta por 2 habitaciones con un área para acomodación doble o sencilla, 2 habitaciones para acomodación múltiple donde serán ubicados los camarotes para capacidad de 4 personas y 6 habitaciones para capacidad de seis personas.

e. Igualmente se puede encontrar la zona de circulación o pasillos con sus respectivas zonas verdes aprovechando las existentes en el terreno.

f. Zona de servicios generales: se encuentra el espacio relacionado con el cuarto de aseo, lavadero y patio de ropas.

g. Parqueadero: se observa el parqueadero con capacidad para seis carros.

De esta manera estará distribuido el hotel donde cada una de las áreas contará con las condiciones óptimas de higiene y mantenimiento preventivo en su infraestructura física.

3.3.8 Logística de Distribución. La construcción existente será adecuada y remodelada de acuerdo a la capacidad diseñada e instalada del proyecto. Esto conllevará a tener un resultado favorable donde se pueda ofrecer un servicio confortable a los huéspedes. Cada área diseñada contará con la distribución adecuada para obtener como resultado un ambiente agradable (véase Anexo I).

El hotel consta de dos plantas a la cual se podrá ingresar mediante dos accesos ubicados estratégicamente. El primer piso estará distribuido en dos bloques laterales derecho e izquierdo, los cuales se encuentran separados por un patio donde se encuentra ubicada una fuente con jardines alrededor.

En la parte lateral derecha se puede encontrar la recepción, el estar, la oficina de administración, la cocina, el patio de ropas y el depósito. La parte lateral izquierda está compuesta por el restaurante con sus respectivos comedores y las dos habitaciones con capacidad para una o dos personas. Entrando al hotel cerca de recepción está ubicado el hall con sus respectivos baños y sala de star, para brindar un mayor confort al turista que desee estar fuera de su habitación sin salir del hotel o cualquier persona que busque algún huésped. De igual manera se observa el parqueadero para ofrecer tranquilidad y seguridad a los visitantes que tienen su carro particular.

La segunda planta está compuesta por dos habitaciones con capacidad para cuatro personas y seis habitaciones cada una con capacidad para seis personas. Los cuartos están diseñados con su respectivo baño y closet, cuyo fin es brindar comodidad y confort al huésped. Igualmente en esta planta se encuentra otro hall con sus respectivos baños y sala de star.

Para realizar la distribución del hotel se tuvo en cuenta los espacios de cada servicio, en forma tal que garantice mejores condiciones de trabajo y seguridad, una adecuada utilización del espacio disponible, una mejor movilización de insumos y una mayor eficacia de los servicios a ofrecer.

La debida localización de las áreas verdes fue importante, pues la naturaleza ayuda a dar una mayor relajación a los huéspedes que vienen de la ciudad, ofreciéndoles un agradable ambiente.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

La demanda existente para la prestación del servicio del hospedaje en el municipio de Guadalupe es óptima, de manera que se tuvo en cuenta como factor

determinante para el tamaño del proyecto. Igualmente se observó que los turistas viajan durante los fines de semana, en las diferentes épocas del año, lo cual determinó la capacidad utilizada para el proyecto.

Para la adecuación del hotel Santa Bárbara se tiene como base el área construida existente en el terreno escogido para tal fin disminuyendo los costos, pues sólo se necesita remodelación o mantenimiento. La ubicación de este predio ayuda a brindar seguridad y tranquilidad a los huéspedes, por estar dentro del Casco Urbano del municipio, facilita la prestación del servicio, por su cercanía al parque municipal y servicios de transporte.

De igual forma es de gran importancia el contar con todos servicios públicos necesarios, como agua, luz, acueducto, alcantarillado y teléfono; donde sólo se deben realizar las instalaciones del cableado necesario para el hotel.

En cuanto al recurso humano no será elevado, ya que algunos empleados cumplirán con doble función, sin existir recarga laboral, pues contarán con el tiempo necesario para cumplirlas.

La creación del hotel Santa Bárbara tiene una viabilidad técnica acorde con los requerimientos exigidos para la prestación del servicio de hospedaje, donde su ubicación tendrá notables repercusiones, así como los costos de operación, teniendo en cuenta las estimaciones futuras del mercado. El contar con la disponibilidad de insumos materiales, recurso humano, vías y medios de comunicación adecuados hacen del proyecto una factibilidad para su puesta en marcha.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

El hotel Santa Bárbara debe poseer una organización formal bajo una estructura bien definida, constituyéndose una Sociedad de Responsabilidad Limitada, cuyos socios responden hasta por el valor de sus aportes y cuyo capital estará dividido en cuotas o partes de igual valor. Este capital debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo. Para su constitución debe cumplirse con una serie de requisitos, previstos en el artículo 110 y siguientes del Código de Comercio, así:

Como primera medida se debe tramitar la carta de estudio de nombre comercial á nivel nacional e internacional ante la Cámara de Comercio, donde seguidamente:

- a. La sociedad se debe constituir por escritura pública, donde el administrador debe acudir a una Notaria en la cual solicitará que se le eleve a escritura pública el contrato de sociedad que firmó con sus socios.

- e. En caso de reformas al contrato social, éstas deberán efectuarse por escritura pública y ser registradas en la misma forma que la escritura de constitución de la sociedad.

- f. Los socios deben reunirse, como mínimo una vez al año, en asamblea general ordinaria, de acuerdo con las fechas que se pacten en los estatutos para ello.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, dicho contrato de sociedad debe constar de una escritura pública cuyo contenido se define en el siguiente Tabla.

Tabla 46. Contenido escritura constitución Sociedad Limitada

DESCRIPCIÓN	
1.	Nombre y domicilio y documento de identificación de los socios.
2.	Clase o tipo de sociedad (limitada) y el nombre de la misma.
3.	Domicilio de la sociedad.
4.	Objeto social (descripción de las actividades principales que se pretendan desarrollar.
5.	Capital social.
6.	Forma de administrar los negocios sociales (facultades del administrador y de los asociados).
7.	Época y forma de convocar las asambleas ordinarias.
8.	Fechas de inventarios y balances generales.
9.	Forma de reparto de utilidades, con indicación de las reservas necesarias.
10.	Duración de la sociedad.
11.	Forma de hacer la liquidación y causales de la misma.
12.	Es aconsejable determinar si las diferencias que puedan ocurrir entre los asociados entre sí o con la sociedad se someterán a decisión arbitral.
13.	Nombre, domicilio y facultades de los representantes de la sociedad.
14.	Los demás pactos que sean compatibles con este tipo de sociedad que se esté constituyendo.

g. Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la escritura pública de constitución, el representante legal debe presentar los siguientes documentos:

Carta de estudio del nombre comercial.

- Copia notarial de la escritura pública de constitución.
- Formularios de matrícula mercantil de la sociedad.

- Carta de apertura del establecimiento de comercio firmada por el representante legal.
 - Una vez haya obtenido su inscripción puede solicitar: certificado de existencia y representación legal.
 - Registro de libros mercantiles (actas, registro de socios, caja diario, mayor y balance e inventarios).
- i. Para la obtención del NIT se debe acudir ante la DIAN y reclamar el formulario de registro único tributario, RUT, el cual se debe diligenciar según corresponda. Este formulario se debe entregar en la oficina pertinente. Una vez tramitado el NIT se presenta fotocopia del mismo ante la Cámara de comercio, con el propósito de completar el certificado de la empresa.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Misión. El hotel Santa Bárbara es una empresa de carácter privado, encaminado a prestar el servicio de hospedaje a todos los turistas que visitan la región, brindando tranquilidad y comodidad bajo un ambiente familiar adecuado.

4.2.2 Visión. El hotel Santa Bárbara de constituirá en el año 2011 como líder del sector hotelero a nivel regional, a través de alianzas estratégicas con entidades dedicadas al deporte y la recreación.

4.2.3 Objetivos

4.2.3.1 Objetivo General. Prestar el servicio de hospedaje a los turistas que visitan el municipio de Guadalupe, mediante la contratación de talento humano

capacitado y mejoramiento continuo, para lograr eficiencia, productividad y rentabilidad.

4.2.3.2 Objetivos Específicos.

- Prestar el servicio de hospedaje de manera eficiente y eficaz a los turistas hospedados en el hotel.
- Cumplir con los servicios complementarios ofrecidos dentro de la publicidad del hotel.
- Apoyar de manera directa e indirecta el sector hotelero del municipio y de la región.
- Generar empleo en el municipio mediante la contratación directa de personal adecuado y capacitado.
- Reactivar el turismo del municipio de Guadalupe mediante la promoción y publicidad de los sitios turísticos naturales y coloniales.

4.2.4 Políticas.

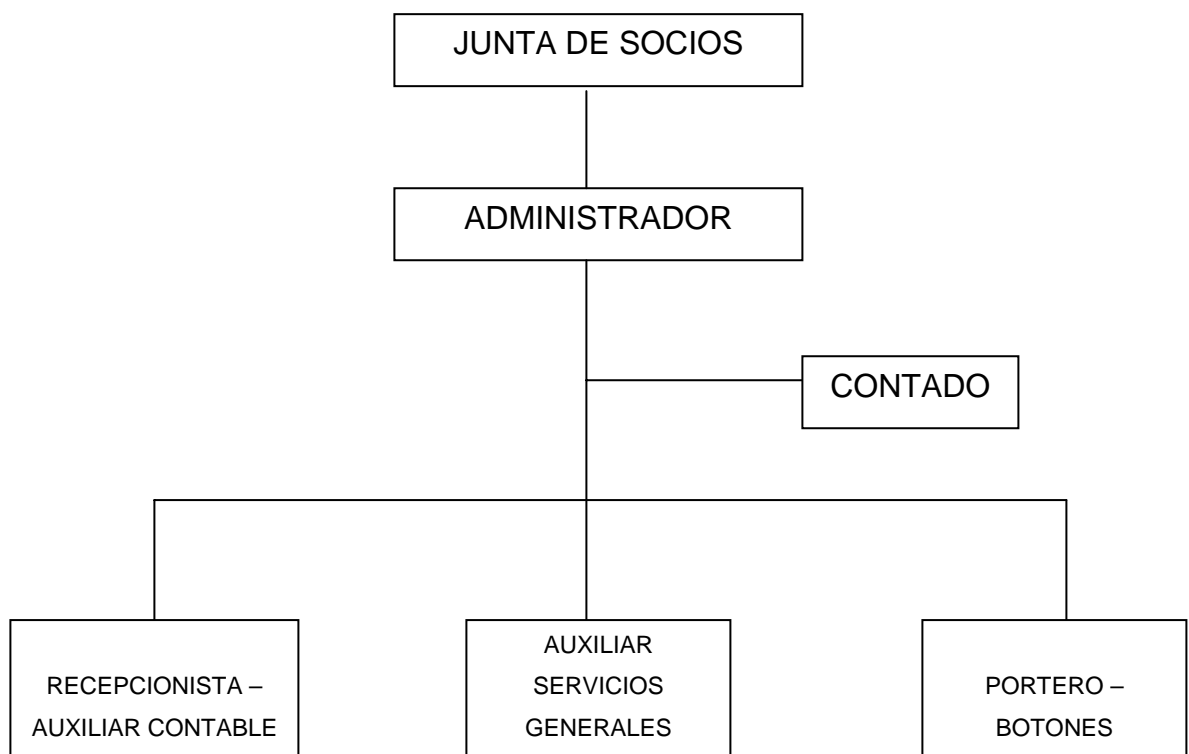
- Respetar al huésped en su integridad como persona.
- Mantener un ambiente laboral adecuado en beneficio del huésped como del empleado.
- Cotizar en diferentes puntos de venta los muebles y enseres, para escoger el proveedor que ofrezca mejor calidad y buen precio.

- Las compras se deben realizar de contado, evitando cancelar recargos por el respectivo crédito.
- Suplir los requerimientos necesarios como materias primas, mano de obra y otros para el buen funcionamiento del hotel.
- Distribuir de manera adecuada los folletos a través de las revistas trimestrales de las Cajas de Compensación Familiar.
- Desarrollar el programa de seguridad industrial para el hotel Santa Bárbara, evitando enfermedades profesionales y accidentes de trabajo.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama

Figura N° 21. Organigrama Hotel Santa Bárbara



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. A continuación se describe las funciones principales de cada cargo y los requisitos mínimos para desempeñarlos, lo cual permite medir el grado de eficiencia y efectividad del empleado en el desarrollo y destreza de sus funciones. La conformación del perfil de los cargos garantiza el éxito de las actividades a desarrollar en el hotel, garantizando un ambiente adecuado para brindar un servicio con calidad.

Tabla 47. Descripción y perfil del Administrador.

DENOMINACIÓN DE CARGO	: ADMINISTRADOR
DEPENDENCIA	: Junta de Socios
RELACIONES DE AUTORIDAD	: Todo el personal de la empresa.
NIVEL	: Directivo
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar al hotel ante las entidades gubernamentales, jurídicas y demás instituciones que lo requieran. • Elaborar la escala salarial anualmente para el personal del hotel. • Realizar el reclutamiento, selección y colocación del personal requerido por el hotel. • Cumplir y dar a conocer la misión y visión del hotel. • Llevar a cabo las metas, objetivos, políticas y estrategias establecidas por el hotel. • Supervisar al personal en cada puesto de trabajo. • Convocar a la Junta de Socios según las fechas estipuladas en cada reunión. • Responder por los pagos a los empleados, así como de los diferentes proveedores de insumos y materiales para el hotel. • Mantener buenas relaciones con los huéspedes. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS</p> <p>EDUCACIÓN:</p> <p>Profesional en Gestión empresarial. Administrador de empresas. Profesional en hotelería y turismo.</p>	<p>CARACTERÍSTICAS PERSONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poder de decisión y don de líder. • Aptitud para el manejo de personal. • Responsabilidad. <p>Iniciativa y amabilidad.</p>

EXPERIENCIA: un año en el ejercicio de cargos similares.

Tabla 48. Descripción y perfil de la recepcionista – auxiliar contable.

<p>DENOMINACIÓN DE CARGO : RECEPCIONISTA – AUXILIAR CONTABLE</p> <p>DEPENDENCIA : Gerencia</p> <p>RELACIONES DE AUTORIDAD : Personal Operativo.</p> <p>NIVEL : Administrativo</p>	
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registrar al huésped y asignarle la habitación. • Revisar continuamente la página Web del hotel para verificar las reservaciones. • Cargar diariamente los gastos de las habitaciones a las cuentas de los huéspedes. • Inventariar la nevera del hotel para realizar la solicitud a la gerencia de los faltantes. • Mantener actualizados los libros contables. • Recibir y enviar la correspondencia. • Digitar informes solicitados por la gerencia. • Realizar las nóminas del personal adscrito al hotel. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS</p> <p>EDUCACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller comercial • Cursos en contabilidad 	<p>CARACTERÍSTICAS PERSONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Buena atención al cliente. • Organización. • Honestidad
<p>EXPERIENCIA: un año en el ejercicio de cargos similares.</p>	

Tabla 49. Descripción y perfil del portero – botones.

DENOMINACIÓN DE CARGO : PORTERO - BOTONES	
DEPENDENCIA : Recepcionista – auxiliar contable	
NIVEL : Operativo	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer las funciones de portero para recibir el huésped en la entrada del hotel • Descargar el equipaje de los clientes. • Supervisar el estacionamiento de los vehículos pertenecientes a los huéspedes. • Conducir a los huéspedes hasta la habitación llevándoles el equipaje. • Informar a la recepción sobre anomalías que se descubran en el servicio del hotel. • Llevar hasta la habitación el pedido que realice el huésped. • Cumplir con las normas de seguridad industrial. • No permitir al hotel la entrada de personas ajenas. • Realizar diferentes recorridos por los pasillos del hotel para verificar su seguridad. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	CARACTERÍSTICAS PERSONALES:
EDUCACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller 	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad y buen trato al cliente • Responsabilidad. • Recursividad.
EXPERIENCIA: un año en cargos afines.	

Tabla 50. Descripción y perfil del Auxiliar de Servicios Generales.

DENOMINACIÓN DE CARGO : AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES DEPENDENCIA : Recepcionista – auxiliar contable NIVEL : Operativo	
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza y organización de las habitaciones. • Realizar la limpieza de los pasillos del hotel y sus zonas verdes. • Cumplir con las normas correspondientes al manejo de residuos sólidos. • Revisar el inventario de las habitaciones. • Trasladar los tendidos a la ropería, lavarlos y plancharlos. • Inspeccionar y clasificar las ropas para verificar el estado de ellas. • Cumplir con las normas de seguridad industrial. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS</p> <p>EDUCACIÓN: Tres años de educación media</p>	<p>CARACTERÍSTICAS PERSONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad. • Limpieza. • Responsabilidad
<p>EXPERIENCIA: un año en cargos afines.</p>	

4.3.3 Asignación salarial. La asignación salarial se determina de acuerdo al cargo creado para la prestación del servicio del Hotel Santa Bárbara, cuyos cargos se dividen de acuerdo a la naturaleza de las actividades a desarrollar, área organizacional del hotel, siendo clasificados en directivos, administrativos y operativos, cuyo horario laboral será de 8 horas diarias.

Tabla 51. Asignación salarial planta de personal Hotel Santa Bárbara.

CARGOS	DESCRIPCIÓN	NIVEL	SALARIO
1	Administrador del hotel	Directivo	\$600.000
1	Recepcionista – Auxiliar Contable	Administrativo	\$381.500
1	Portero – Botones	Operativo	\$381.500
1	Camarera	Operativo	\$381.500

Respecto a los honorarios del contador serán cancelados de manera esporádica, pues el mismo administrador del hotel puede ser contador y revisar la contabilidad del hotel, ya que la auxiliar contable digita y registra diariamente todo lo concerniente a los ingresos y gastos que conlleve el servicio del hotel.

En las temporadas de semana santa, vacaciones de Junio, semana deportiva, ferias y fin de año, se contratará una persona cuyo cargo será como auxiliar de servicios generales, con el fin reforzar las labores a realizar por la persona de planta para tal fin, prestando de manera oportuna y adecuada un servicio de alta calidad al huésped.

De esta manera se puede observar que cada empleado tendrá el sueldo de acuerdo a su cargo. El pago de los salarios a todos los empleados se realizará los días 30 de cada mes vencido, supliendo de esta manera una de las necesidades básicas de los trabajadores. Las prestaciones sociales se realizarán en el periodo

correspondiente según el concepto de estas, cumpliendo de esta manera con las normas laborales existentes en Colombia.

4.3.4 Obligaciones periódicas del empleador. Teniendo en cuenta el personal perteneciente a la nómina del hotel, mensualmente serán cancelados los aportes parafiscales de la siguiente forma:

a. Caja de Compensación Familiar: se debe cancelar antes de los diez primeros días de cada mes una suma equivalente al 9% del monto correspondiente al valor total de la nómina a la caja de compensación familiar a la cual se hayan afiliado. El 4% de este aporte se destina por tales entidades al pago del subsidio familiar. Un 3% se destina al ICBF y el 2% restante al SENA.

b. Auxilio de Transporte: por mandato expreso del Código Sustantivo del Trabajo, todo patrono debe pagar a sus trabajadores que devenguen menos de dos salarios mínimos mensuales legales vigentes, una suma mensual de dinero destinada a ayudar económicamente al trabajador para su desplazamiento al sitio de trabajo. Esta suma no constituye salario, pero si debe tenerse en cuenta para la liquidación de prestaciones sociales.

c. Calzado y vestido de labor: se le debe entregar a los trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos legales mensuales tres veces en el año, una dotación de calzado y vestido de labor adecuada para el servicio prestado. Es importante destacar que por expresa prohibición legal esta prestación no puede ser pagada en dinero.

d. Prima de servicios: se le debe cancelar a todos los empleados de nómina una suma de dinero equivalente a 15 días de salario a quienes hayan trabajado el semestre completo o la parte proporcional siempre y cuando el trabajador haya laborado más de tres meses en el respectivo semestre.

e. Cesantías: los empleados serán afiliados a un fondo que ellos escojan, donde serán consignados antes del día 15 de Febrero de cada año, los valores correspondientes a la liquidación por este concepto.

f. Intereses sobre Cesantías: se le debe cancelar a cada empleado de nómina la suma de dinero equivalente al 12% anual del valor de la cesantía. Esta suma debe ser cancelada a más tardar con la segunda quincena del mes de enero de cada año. Igualmente es obligatoria su cancelación al momento del retiro del empleado.

g. Vacaciones: en estricto sentido no son una prestación social, sino que por el contrario se trata de un descanso anual remunerado al que tiene derecho todo trabajador.

h. Afiliación al sistema de seguridad social: a partir de la vigencia de la ley 100 de 1993, el trabajador se encuentra en la libertad de escoger la entidad a la cual pretende afiliarse para fines de lograr una pensión al momento de su retiro, así como la entidad prestadora de salud que está en la obligación de cubrir una serie de servicios, que se encuentran determinados en un plan obligatorio de salud.

Igualmente todos los empleados serán afiliados a la administradora de riesgos profesionales a través del Instituto del Seguro Social. Se debe realizar el diligenciamiento del formulario pertinente, cuyo valor se cancelará mensualmente en las entidades bancarias para tal fin.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Con la realización del estudio financiero se desea determinar cual es el valor real de inversión, costos de operación necesarios para el montaje del HOTEL SANTA BÁRBARA en el Municipio de Guadalupe Santander.

5.1 INVERSIONES

En este ítem se hace referencia a los recursos destinados a cubrir las necesidades de construcciones, adecuaciones, y equipos requeridos para iniciar las operaciones del hotel

Los valores registrados son tomados directamente del mercado por los investigadores. En este segmento del proyecto se cuantificarán en detalle, las necesidades de recurso para la realización del proyecto, clasificándolas en: inversiones fijas, de capital de trabajo e inversión diferida (conformación de la sociedad, estudio complementario del proyecto, intereses del préstamo durante el tiempo de inversión de pre-operación, instalación y montaje de maquinaria y equipo, puesta en marcha).

5.1.1 Inversión Fija. Está constituida por la inversión tangible de activos fijos para poner en funcionamiento del hotel, está conformada por:

5.1.1.1 Terrenos y Edificaciones. La realización de este proyecto conlleva la compra de un inmueble para hacerle adecuaciones. (Véase Cuadros 46 y 47).

Tabla 52. Valor inversión inmueble

Concepto	Cantidad	Valor Total
Adquisición de inmueble	1	\$ 70.000.000
TOTAL		\$ 70.000.000

Fuente. Cotizaciones realizadas

Cuadro 47. Detalle de la Inversión fija adecuación

Concepto	Vr Total
Zona de Recepción	\$ 400.000
Zona de hall de televisión	\$ 800.000
Zona de restaurante	\$ 500.000
Zona de bar	\$ 800.000
Zona de habitaciones	\$ 6.080.000
Zona de cocina	\$ 800.000
Zona de lavandería y planchado	\$ 400.000
Zona de parqueo	\$ 1.000.000
TOTAL	\$ 10.780.000

Fuente. Cotizaciones realizadas

5.1.1.2 Equipos de oficina. Se conforma por los implementos necesarios para la puesta en marcha del Hotel Santa Bárbara. (Véase cuadro 48).

Tabla 53. Equipos de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Vr Total
Computador INTEL PIV 2,6 GB, 256 MB, 40 GB, FAX MODEM 56 BPS, monitor SAMSUNG, teclado, mouse, scanner Genius, impresora HP.	1	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00
Calculadora eléctrica casio de 12 dígitos	1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
Conmutador para 10 extensiones telefónicas con cableado y canaleta plástica	1	\$ 3.500.000,00	\$ 3.500.000,00
Fax marca Panasonic	1	\$ 455.000,00	\$ 455.000,00
Equipo de Sonido digital 5,1 con extensión para 5 bafles	1	\$ 1.100.000,00	\$ 1.100.000,00

salida de sonido			
Puesto de trabajo recepción, superficies en madecor de 25 m.m., bordes en PVC, archivador de piso 2 x 1, porta teclado, gabinete aéreo, soporte de tubo de 3" redondo, falda forrada en paño aluminio, terminado en pintura electrostática color negro.	1	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00
Silla giratoria sin brazos neumática tipo secretarial tapizada en paño	1	\$ 153.000	\$ 153.000,00
Archivador de 4 cajones en madera terminado en tintilla color miel	1	\$ 475.000	\$ 475.000,00
Casillero en madera en laca transparente	1	\$ 150.000	\$ 150.000,00
TOTAL			\$ 8.513.000

Fuente. Cotizaciones realizadas

5.1.1.3 Muebles y enseres. Son todos los muebles y enseres necesarios para el normal funcionamiento del hotel. (Véase cuadro 49).

Tabla 54. Muebles y enseres

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de sala (2 poltronas doble y sencilla, tapizada en cuerina color azul oscuro)	1	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000,00
Televisor a color de 21" Panasonic, control remoto, sonido stereo para hall de televisión	1	\$ 550.000	\$ 550.000,00
Nevera Centrales de 12 pies	1	\$ 780.000	\$ 780.000,00
Camas en madera terminadas en natural y laca transparente, con cama auxiliar movible en la parte inferior. Fondos o tendidos en madera zapan.	2	\$ 255.200	\$ 510.400,00
Juegos de sábanas (sobresábanas y fundas) en dacrón sencillas estampadas y/o unicolor	48	\$ 22.620	\$ 1.085.760,00
Cobijas sencillas fabricadas en lana unicolor	48	\$ 28.420	\$ 1.364.160,00
Colchones semiortopédicos espuma de 20 Cms de ancho, medidas 1,90 x 1,40	22	\$ 129.000	\$ 2.838.000,00
Mesas de noche terminadas en madera natural y laca	10	\$ 98.500	\$ 985.000,00

transparente con vidrio y cajonera			
Mesas auxiliares en madera terminadas en natural y laca transparente medidas 0,60 x 1,10 x 75	10	\$ 95.000	\$ 950.000,00
Sillas auxiliares estructura en madera terminada en laca transparente, asiento y espaldar tapizadas en cordobán.	10	\$ 72.500	\$ 725.000,00
Especios tallados en vidrio bronce y biselados de 0,50 x 0,40 cms fijados a la pared.	10	\$ 44.080	\$ 440.800,00
Teléfonos T&T	10	\$ 20.000	\$ 200.000,00
Percheros verticales en madera y laca transparente	10	\$ 49.880	\$ 498.800,00
Closet empotrados en la pared, en madera y laca transparentes con cajoneras y ropera, medidas 1,60 x 1,90	10	\$ 417.600	\$ 4.176.000,00
Televisores de 14" Sankey control remoto color sonido stereo	10	\$ 315.000	\$ 3.150.000,00
Soportes para televisor de 14" metálico anclados en la pared	10	\$ 32.000	\$ 320.000,00
Ventiladores marca Samuari de 3 revoluciones	10	\$ 80.000	\$ 800.000,00
Cortinas elaboradas en velo nacional plegado tres veces color blanco	10	\$ 85.000	\$ 850.000,00
Lavaplatos semi-industrial en acero con grifos y llaves	1	\$ 438.480	\$ 438.480,00
Cocina industrial en acero con seis fogones	1	\$ 892.040	\$ 892.040,00
Lavadora industrial	1	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000,00
Plancha industrial	1	\$ 983.000	\$ 983.000,00
TOTAL			\$ 24.807.440

Fuente. Cotizaciones realizadas

5.1.1.4 Total Inversión fija. De acuerdo con los Tablas anteriores, la inversión fija se resume en el Tabla 50.

Cuadro 50. Total inversión fija

Concepto	Vr. Total
Inversión inmueble	\$ 70.000.000
Adecuaciones	\$ 10.780.000
Equipos de oficina	\$ 8.513.000
Muebles y enseres	\$ 24.807.440
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 114.100.440

5.1.2 Inversión diferida. Comprende los gastos que debe asumir el hotel antes de su funcionamiento y que incluye patentes, factibilidad, gastos de constitución, gastos notariales, inscripción en la Cámara de comercio, y gastos de lanzamiento. (Véase Tabla 51).

Tabla 55. Detalle de la Inversión de Activos diferidos

ACTIVO DIFERIDOS	
Concepto	Valor
Estudio de factibilidad	\$ 2.000.000
Gastos de Constitución	\$ 800.000
Aviso Nombre comercial	\$ 200.000
Asesoría técnica	\$ 1.000.000
Licencia Sanitaria	\$ 110.000
Gastos de lanzamiento y publicidad inicial	\$ 1.700.000
Inscripción cámara de Comercio	\$ 150.000
TOTAL	\$ 5.960.000

5.1.3 Capital de Trabajo. Está representado por el capital con que hay que contar para un mes de operaciones o funcionamiento del hotel. Parte de la importancia que tiene el capital de trabajo reside en el hecho, que los recursos en forma de activos circulantes tienen usos muy diversos y se aplican de manera específica por poco tiempo; por lo tanto, es posible efectuar cambios rápidos en la estructura y uso de esas partidas circulantes entre las cuales se consideran los gastos administrativos de consumo, imprevistos, inventarios de materia prima y productos terminados para el lapso de tiempo durante el cual se iniciarán actividades.

El capital de trabajo estará representado por el dinero necesario para llevar a cabo la actividad económica del hotel sobre una base permanente, que constituirán los

gastos de operación, servicios profesionales, mano de obra, gastos de consumo e imprevistos. Además será necesario considerar el costo originado por el uso de líneas de crédito.

5.1.3.1 Costos de prestación del servicio. Estos datos han sido presupuestados a cinco años, de acuerdo con los costos de la prestación del servicio. Su incremento se basó en el índice de inflación estimado por las autoras para el año 2005, representado en un 5%, teniendo como dato histórico el presentado durante los años anteriores así:

Año 2000	=	8.75%
Año 2001	=	7.65%
Año 2002	=	6.99%
Año 2003	=	6.49%
Año 2004	=	5.50%
Año 2005	=	5.00% se proyecta esta cifra.

5.1.3.1.1 Costos de la mano de obra directa. El costo de mano de obra para este estudio se detiene específicamente en el área de producción, así:

MANO DE OBRA DIRECTA:

- Recepcionista
- Auxiliar de servicios generales
- Portero - botones

Para hallar estos costos se recurrió a la elaboración de la nómina mensual para esta área. Estos costos se encuentran proyectados a cinco años. (Véase cuadro 52).

Cuadro 52. Costo mano de obra directa

RECEPCIONISTA	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Salario	\$ 381.500,00	\$ 400.575,00	\$ 420.603,75	\$ 441.633,94	\$ 463.715,63
Aux. de Transporte	\$ 44.500,00	\$ 46.725,00	\$ 49.061,25	\$ 51.514,31	\$ 54.090,03
Cesantías	\$ 35.499,86	\$ 37.274,85	\$ 39.138,59	\$ 41.095,52	\$ 43.150,30
Prima de servicios	\$ 35.499,86	\$ 37.274,85	\$ 39.138,59	\$ 41.095,52	\$ 43.150,30
Vacaciones	\$ 15.895,77	\$ 16.690,56	\$ 17.525,09	\$ 18.401,34	\$ 19.321,41
Intereses a Cesantías	\$ 4.259,98	\$ 4.472,98	\$ 4.696,63	\$ 4.931,46	\$ 5.178,04
Caja de Compensación	\$ 15.260,00	\$ 17.892,00	\$ 18.786,60	\$ 19.725,93	\$ 20.712,23
ICBF	\$ 11.445,00	\$ 13.419,00	\$ 14.089,95	\$ 14.794,45	\$ 15.534,17
Sena	\$ 7.630,00	\$ 8.946,00	\$ 9.393,30	\$ 9.862,97	\$ 10.356,11
Aportes Salud	\$ 30.520,00	\$ 32.046,00	\$ 33.648,30	\$ 35.330,72	\$ 37.097,25
Aportes Pensión	\$ 43.132,50	\$ 45.289,13	\$ 47.553,58	\$ 49.931,26	\$ 52.427,82
Riesgos profesionales	\$ 5.722,50	\$ 6.709,50	\$ 7.044,98	\$ 7.397,22	\$ 7.767,08
Dotación	\$ 19.075,00	\$ 20.028,75	\$ 21.030,19	\$ 22.081,70	\$ 23.185,78
Valor Mensual Recepcionista	\$ 649.940,47	\$ 687.343,62	\$ 721.710,80	\$ 757.796,34	\$ 795.686,15
Valor anual Recepcionista	\$ 7.799.285,62	\$ 8.248.123,41	\$ 8.660.529,58	\$ 9.093.556,05	\$ 9.548.233,86

PORTERO - BOTONES	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Salario	\$ 381.500,00	\$ 400.575,00	\$ 420.603,75	\$ 441.633,94	\$ 463.715,63
Aux. de Transporte	\$ 44.500,00	\$ 46.725,00	\$ 49.061,25	\$ 51.514,31	\$ 54.090,03
Cesantías	\$ 35.499,86	\$ 37.274,85	\$ 39.138,59	\$ 41.095,52	\$ 43.150,30
Prima de servicios	\$ 35.499,86	\$ 37.274,85	\$ 39.138,59	\$ 41.095,52	\$ 43.150,30
Vacaciones	\$ 15.895,77	\$ 16.690,56	\$ 17.525,09	\$ 18.401,34	\$ 19.321,41
Intereses a Cesantías	\$ 4.259,98	\$ 4.472,98	\$ 4.696,63	\$ 4.931,46	\$ 5.178,04
Caja de Compensación	\$ 15.260,00	\$ 17.892,00	\$ 18.786,60	\$ 19.725,93	\$ 20.712,23
ICBF	\$ 11.445,00	\$ 13.419,00	\$ 14.089,95	\$ 14.794,45	\$ 15.534,17
Sena	\$ 7.630,00	\$ 8.946,00	\$ 9.393,30	\$ 9.862,97	\$ 10.356,11
Aportes Salud	\$ 30.520,00	\$ 32.046,00	\$ 33.648,30	\$ 35.330,72	\$ 37.097,25
Aportes Pensión	\$ 43.132,50	\$ 45.289,13	\$ 47.553,58	\$ 49.931,26	\$ 52.427,82
Riesgos profesionales	\$ 5.722,50	\$ 6.709,50	\$ 7.044,98	\$ 7.397,22	\$ 7.767,08
Dotación	\$ 19.075,00	\$ 20.028,75	\$ 21.030,19	\$ 22.081,70	\$ 23.185,78
Valor Mensual Portero - botones	\$ 649.940,47	\$ 687.343,62	\$ 721.710,80	\$ 757.796,34	\$ 795.686,15
Valor anual portero - botones	\$ 7.799.285,62	\$ 8.248.123,41	\$ 8.660.529,58	\$ 9.093.556,05	\$ 9.548.233,86

AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario	\$ 381.500,00	\$ 400.575,00	\$ 420.603,75	\$ 441.633,94	\$ 463.715,63
Aux. de Transporte	\$ 44.500,00	\$ 46.725,00	\$ 49.061,25	\$ 51.514,31	\$ 54.090,03
Cesantías	\$ 35.499,86	\$ 37.274,85	\$ 39.138,59	\$ 41.095,52	\$ 43.150,30
Prima de servicios	\$ 35.499,86	\$ 37.274,85	\$ 39.138,59	\$ 41.095,52	\$ 43.150,30
Vacaciones	\$ 15.895,77	\$ 16.690,56	\$ 17.525,09	\$ 18.401,34	\$ 19.321,41
Intereses a Cesantías	\$ 4.259,98	\$ 4.472,98	\$ 4.696,63	\$ 4.931,46	\$ 5.178,04
Caja de Compensación	\$ 15.260,00	\$ 17.892,00	\$ 18.786,60	\$ 19.725,93	\$ 20.712,23
ICBF	\$ 11.445,00	\$ 13.419,00	\$ 14.089,95	\$ 14.794,45	\$ 15.534,17
Sena	\$ 7.630,00	\$ 8.946,00	\$ 9.393,30	\$ 9.862,97	\$ 10.356,11
Aportes Salud	\$ 30.520,00	\$ 32.046,00	\$ 33.648,30	\$ 35.330,72	\$ 37.097,25
Aportes Pensión	\$ 43.132,50	\$ 45.289,13	\$ 47.553,58	\$ 49.931,26	\$ 52.427,82
Riesgos profesionales	\$ 5.722,50	\$ 6.709,50	\$ 7.044,98	\$ 7.397,22	\$ 7.767,08
Dotación	\$ 19.075,00	\$ 20.028,75	\$ 21.030,19	\$ 22.081,70	\$ 23.185,78
Valor Mensual auxiliar s. g	\$ 649.940,47	\$ 687.343,62	\$ 721.710,80	\$ 757.796,34	\$ 795.686,15
Valor anual auxiliar s. g	\$ 7.799.285,62	\$ 8.248.123,41	\$ 8.660.529,58	\$ 9.093.556,05	\$ 9.548.233,86

Valor total Mensual MOD	\$1.949.821	\$2.062.031	\$2.165.132	\$2.273.389	\$2.387.058
Valor total Anual MOD	\$23.397.857	\$24.744.370	\$25.981.589	\$27.280.668	\$28.644.702

Nota: el incremento año a año del sueldo es del IPC proyectado (5%)

5.1.3.1.2 Costos Indirectos del servicio. En esta parte del proyecto se encuentran costos tales como servicios públicos, seguros, impuestos, etc. Todos estos útiles y básicos para el buen funcionamiento del hotel. El resumen de los Costos indirectos de Fabricación se encuentra desglosado en el cuadro 53.

Cuadro 53. Costos indirectos del servicio

Concepto	Vr. Parcial mes	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Agua	\$ 90.000	\$ 1.080.000	\$ 1.134.000	\$ 1.190.700	\$ 1.250.235	\$ 1.312.747
Luz	\$ 45.000	\$ 540.000	\$ 567.000	\$ 595.350	\$ 625.118	\$ 656.373
Teléfono	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.150.000	\$ 3.307.500	\$ 3.472.875	\$ 3.646.519
Gas	\$ 54.000	\$ 648.000	\$ 680.400	\$ 714.420	\$ 750.141	\$ 787.648
Parabólica	\$ 8.500	\$ 102.000	\$ 107.100	\$ 112.455	\$ 118.078	\$ 123.982
Refrescos y licores	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 4.167.450	\$ 4.375.823
Elementos de aseo	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 4.167.450	\$ 4.375.823
Sub-Total	\$ 1.047.500	\$ 12.570.000	\$ 13.198.500	\$ 13.858.425	\$ 14.551.346	\$ 15.278.914
Imprevistos 5%	\$ 52.375	\$ 628.500	\$ 659.925	\$ 692.921	\$ 727.567	\$ 763.946
Total CIF	\$ 1.099.875	\$ 13.198.500	\$ 13.858.425	\$ 14.551.346	\$ 15.278.914	\$ 16.042.859

5.1.3.2 Costos y Gastos de Administración y ventas. Son los costos originados de realizar las funciones administrativa dentro del hotel, para el proyecto está representado por la mano de obra del personal administrativo, servicios públicos, depreciación, publicidad y otros costos administrativos y de ventas (Véase Cuadro 54).

Cuadro 54. Costos y Gastos de Administración y Ventas

Concepto	Vr. Parcial mes	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Publicidad	\$ 132.917	\$ 1.595.000	\$ 1.674.750	\$ 1.758.488	\$ 1.846.412	\$ 1.938.732
Honorarios Contador Público	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 1.036.800	\$ 1.119.744	\$ 1.209.324	\$ 1.306.069
Cámara de comercio	\$ -	\$ 165.000	\$ 178.200	\$ 192.456	\$ 207.852	\$ 224.481
Industria y Comercio	\$ -	\$ 100.000	\$ 108.000	\$ 116.640	\$ 125.971	\$ 136.049
Insumos Aseo y Cafetería	\$ 40.000	\$ 480.000	\$ 518.400	\$ 559.872	\$ 604.662	\$ 653.035
Mano de obra administrativa	\$ 964.289	\$ 11.571.471	\$ 12.150.044	\$ 12.757.547	\$ 13.395.424	\$ 14.065.195
Papelería	\$ 70.000	\$ 840.000	\$ 907.200	\$ 979.776	\$ 1.058.158	\$ 1.142.811
Depreciaciones *	\$ 847.007	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088
Seguros	\$ 40.000	\$ 480.000	\$ 518.400	\$ 559.872	\$ 604.662	\$ 653.035
Mantenimiento planta física	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 648.000	\$ 699.840	\$ 755.827	\$ 816.293
Total Costos de Admón y venta	\$ 1.934.868	\$ 23.483.421	\$ 24.380.537	\$ 25.269.974	\$ 26.213.504	\$ 27.214.601

* ver detalle en el cuadro 59 depreciaciones

5.1.3.2.1 Mano de obra administrativa. Se refiere a los sueldos del personal que tendrá a su cargo la organización administrativa del Hotel Santa Bárbara. (Véase Cuadro 55).

Cuadro 55. Costo mano de obra administrativa

ADMINISTRADOR	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Salario	\$ 600.000,00	\$ 630.000,00	\$ 661.500,00	\$ 694.575,00	\$ 729.303,75
Aux. de Transporte	\$ 44.500,00	\$ 48.060,00	\$ 51.904,80	\$ 56.057,18	\$ 60.541,76
Cesantías	\$ 53.708,12	\$ 52.499,79	\$ 55.124,78	\$ 57.881,02	\$ 60.775,07
Prima de servicios	\$ 53.708,12	\$ 52.499,79	\$ 55.124,78	\$ 57.881,02	\$ 60.775,07
Vacaciones	\$ 24.999,90	\$ 26.249,90	\$ 27.562,39	\$ 28.940,51	\$ 30.387,53
Intereses a Cesantías	\$ 6.444,97	\$ 6.299,97	\$ 6.614,97	\$ 6.945,72	\$ 7.293,01
Caja de Compensación	\$ 24.000,00	\$ 27.122,40	\$ 28.536,19	\$ 30.025,29	\$ 31.593,82
ICBF	\$ 18.000,00	\$ 20.341,80	\$ 21.402,14	\$ 22.518,97	\$ 23.695,37
Sena	\$ 12.000,00	\$ 13.561,20	\$ 14.268,10	\$ 15.012,64	\$ 15.796,91
Aportes Salud	\$ 48.000,00	\$ 54.244,80	\$ 57.072,38	\$ 60.050,57	\$ 63.187,64
Aportes Pensión	\$ 60.750,00	\$ 68.653,58	\$ 72.232,24	\$ 76.001,51	\$ 79.971,86
Riesgos profesionales	\$ 9.000,00	\$ 10.170,90	\$ 10.701,07	\$ 11.259,48	\$ 11.847,68
Valor Mensual Administrador	\$ 955.111,11	\$ 1.009.704,12	\$ 1.062.043,85	\$ 1.117.148,92	\$ 1.175.169,47
Valor anual Administrador	\$ 11.461.333,33	\$ 12.116.449,50	\$ 12.744.526,16	\$ 13.405.786,98	\$ 14.102.033,61

5.1.3.2.2 Depreciación. Cuando un activo pierde su valor a través de un periodo de tiempo, por causa del deterioro natural, se dice que el activo se deprecia. La disminución periódica del valor de tal activo se llama depreciación y esta depreciación es justamente otro gasto en que incurre el negocio. Cuando el valor de un edificio, maquinaria o equipo disminuye puesto que estas cosas pierden su valor, se tiene un gasto de depreciación.

El sistema empleado para depreciar los activos fijos de este hotel, es el llamado directo o línea recta, que consiste en dividir el valor del activo fijo entre el número de años de vida útil depreciando cada año la misma cantidad y el mismo valor de cada año por el número de los meses del año. La vida útil utilizada para los activos fijos (Equipo de oficina, muebles y enseres y edificaciones) adquiridos es de cinco (5) años, dado que es el periodo en el cual estos no presentan el desgaste normal dado su constante trabajo, y la regla contable establecida. (Véase Cuadro 56).

Cuadro 56. Depreciaciones

Concepto	Cant	Valor unitario	valor total	Dep. Mensual	Dep. Anual
Equipos de oficina					
Computador INTEL PIV 2,6 GB, 256 MB, 40 GB, FAX MODEM 56 BPS, monitor SAMSUNG, teclado, mouse, scanner Genius, impresora HP.	1	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$28.333	\$340.000
Calculadora eléctrica casio de 12 dígitos	1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$3.000	\$36.000
Conmutador para 10 extensiones telefónicas con cableado y canaleta plástica	1	\$ 3.500.000,00	\$ 3.500.000,00	\$58.333	\$700.000
Fax marca Panasonic	1	\$ 455.000,00	\$ 455.000,00	\$7.583	\$91.000
Equipo de Sonido digital 5,1 con extensión para 5 bafles salida de sonido	1	\$ 1.100.000,00	\$ 1.100.000,00	\$18.333	\$220.000
Puesto de trabajo recepción, superficies en madecor de 25 m.m., bordes en PVC, archivador de piso 2 x 1, porta teclado, gabinete aéreo, soporte de tubo de 3" redondo, falda forrada en paño aluminio, terminado en pintura electrostática color negro.	1	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$13.333	\$160.000
Silla giratoria sin brazos neumática tipo secretarial tapizada en paño	1	\$ 153.000,00	\$ 153.000,00	\$2.550	\$30.600
Archivador de 4 cajones en madera termiando en tintilla color miel	1	\$ 475.000,00	\$ 475.000,00	\$7.917	\$95.000
Casillero en madera en laca transparente	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$2.500	\$30.000
Total Maquinaria y equipos			\$ 8.513.000		\$1.702.600

Muebles y enseres					
Juego de sala (2 poltronas doble y sencilla, tapizada en cuerina color azul oscuro)	1	\$ 1.150.000,00	\$ 1.150.000,00	\$19.167	\$230.000
Telvisor a color de 21" Panasonic, control remoto, sonido stereo para hall de televisión	1	\$ 550.000,00	\$ 550.000,00	\$9.167	\$110.000
Nevera Centrales de 12 pies	1	\$ 780.000,00	\$ 780.000,00	\$13.000	\$156.000
Camas en madera terminadas en natural y laca transparente, con cama auxiliar movable en la parte inferior. Fondos o tendidos en madera zapan. Medidas 0,90 x 1,90	2	\$ 255.200,00	\$ 510.400,00	\$8.507	\$102.080
Juegos de sábanas (sobresábanas y fundas) en sacón sencillas estampadas y/o unicolor	48	\$ 22.620,00	\$ 1.085.760,00	\$18.096	\$217.152
Cobijas sencillas fabricadas en lana unicolor	48	\$ 28.420,00	\$ 1.364.160,00	\$22.736	\$272.832
Colchones semiortopédicos espuma de 20 cms de ancho, medidas 1,90 x 1,40	22	\$ 129.000,00	\$ 2.838.000,00	\$47.300	\$567.600
Mesas de noche terminadas en madera natural y laca transparente con vidrio y cajonera	10	\$ 98.500,00	\$ 985.000,00	\$16.417	\$197.000
Mesas auxiliares en madera terminadas en natural y laca transparente medidas 0,60 x 1,10 x 75	10	\$ 95.000,00	\$ 950.000,00	\$15.833	\$190.000
Sillas auxiliares estructura en madera terminada en laca transparente, asiento y espaldar tapizadas en cordoban	10	\$ 72.500,00	\$ 725.000,00	\$12.083	\$145.000
Espejos tallados en vidrio bronce y biselados de 0,50 x 0,40 cms fijados a la pared	10	\$ 44.080,00	\$ 440.800,00	\$7.347	\$88.160
telefonos T&T	10	\$ 20.000,00	\$ 200.000,00	\$3.333	\$40.000
Percheros verticales en madera y laca transparente	10	\$ 49.880,00	\$ 498.800,00	\$8.313	\$99.760
Closet empotrados en la pared, en madera y laca transparentes con cajoneras y ropera, medidas 1,60 x 1,90	10	\$ 417.600,00	\$ 4.176.000,00	\$69.600	\$835.200
Televisores de 14" Sankey control remoto color sonido stereo	10	\$ 315.000,00	\$ 3.150.000,00	\$52.500	\$630.000
Soportes para televisor de 14" metálico anclados en la pared	10	\$ 32.000,00	\$ 320.000,00	\$5.333	\$64.000
Ventiladores marca Samuari de 3 revoluciones	10	\$ 80.000,00	\$ 800.000,00	\$13.333	\$160.000
Cortinas elaboradas en velo nacional plegado tres veces color blanco	10	\$ 85.000,00	\$ 850.000,00	\$14.167	\$170.000
Lavaplatos semi-industrial en acero con grifos y llaves	1	\$ 438.480,00	\$ 438.480,00	\$7.308	\$87.696
Cocina industrial en acero con seis fogones	1	\$ 892.040,00	\$ 892.040,00	\$14.867	\$178.408
Lavadora industrial	1	\$ 1.120.000,00	\$ 1.120.000,00	\$18.667	\$224.000
Plancha industrial	1	\$ 983.000,00	\$ 983.000,00	\$16.383	\$196.600
total Muebles y enseres			\$ 24.807.440,00		\$4.961.488
Edificaciones					
					\$0
Inmueble	1	\$ 70.000.000,00	\$ 70.000.000,00	\$291.667	\$3.500.000
Total terrenos y edificaciones			\$ 70.000.000,00		\$3.500.000
VALOR TOTAL			\$103.320.440		\$10.164.088

5.1.3.3 Valor total de la prestación del servicio. El valor total obtenido de los ítems anteriores se ven reflejados en este cuadro, donde se puede apreciar año tras año el costo que tendrá la prestación del servicio. (Véase cuadro 57).

Cuadro 57. Valor total de la prestación del servicio

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo M O D	\$ 23.397.857	\$ 24.744.370	\$ 25.981.589	\$ 27.280.668	\$ 28.644.702
CIF	\$ 13.198.500	\$ 13.858.425	\$ 14.551.346	\$ 15.278.914	\$ 16.042.859
Costos y Gastos de Admón y ventas	\$ 23.483.421	\$ 24.380.537	\$ 25.269.974	\$ 26.213.504	\$ 27.214.601
TOTAL	\$ 60.079.778	\$ 62.983.332	\$ 65.802.909	\$ 68.773.086	\$ 71.902.162

5.1.4 Balance inicial o de situación inicial. A través de este balance se pretende plasmar la manera como el hotel iniciará sus labores del servicio de hospedaje en el año cero. (Véase Cuadro 58). El efectivo corresponde al dinero que deben tener los inversionistas para el capital de trabajo del primer mes de actividades del hotel. Las obligaciones financieras al inicio del balance corresponden a la quinta parte de la deuda.

Cuadro 58. Balance General al inicio del proyecto

Balance General Al Inicio de Ejecución del Proyecto					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		\$ 5.006.648	PASIVO CORRIENTE		\$ 30.780.000
EFFECTIVO	\$ 5.006.648		OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 30.780.000	
Caja	\$ 5.006.648		Pagarés	\$ 30.780.000	
Bancos	\$ -				
ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 114.100.440	PASIVO NO CORRIENTE		\$ -
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 114.100.440		OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ -	
Maquinaria y Equipo	\$ 8.513.000		Pagarés	\$ -	
Muebles y enseres	\$ 24.807.440				
Terrenos y edificaciones	\$ 80.780.000		TOTAL PASIVO		\$ 30.780.000
OTROS ACTIVOS		\$ 5.960.000			
Gastos Diferidos	\$ 5.960.000		PATRIMONIO		\$ 94.287.088
TOTAL ACTIVOS		\$ 125.067.088	CAPITAL SOCIAL	\$ 94.287.088	
			Aportes Sociales	\$ 94.287.088	
			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 125.067.088

5.1.5 Fuentes de Financiación. Los recursos para la puesta en marcha del proyecto se deben conseguir desde dos tópicos: recursos propios de los inversionistas y recursos de terceros, así:

5.1.5.1 Recursos propios. Son los aportados directamente por los inversionistas, es decir, es el capital que ponen en riesgo los accionistas del hotel, para el caso concreto del presente proyecto, los inversionistas deben aportar el 25% del total de la inversión para la puesta en marcha del hotel.

En el Tabla 59 se observa el monto total de la inversión teniendo en cuenta la inversión fija, el capital de trabajo para el primer mes y el capital de inversión diferida.

Cuadro 59. Capital de inversión

CAPITAL DE INVERSION	
Inversión total	\$ 125.173.516
Inversión fija	\$ 114.100.440
Capital de trabajo (1mes)	\$ 5.113.076
Capital de Inversión diferida	\$ 5.960.000

Fuente: autores del proyecto

En la Tabla 60 se observa el detalle de la inversión por cada uno de los anteriores rubros, repartido entre lo que se va a financiar a través de la vía del crédito y lo que van aportar los socios capitalistas. Se observa que la participación es del 75% con recursos propios (aportes de los socios) y del 25% para conseguir a través de un crédito en una entidad financiera.

Cuadro 60. Fuentes de financiación

Inversiones	Recursos propios (aportes de los socios)	\$ vía Crédito	Total
Inversiones Fijas			
<i>Equipos de oficina</i>			
TOTAL	\$ 8.513.000	\$ -	\$ 8.513.000
<i>Muebles y enseres</i>			
TOTAL	\$ 24.807.440,00	\$ -	\$ 24.807.440,00
<i>Terrenos , Construcciones y adecuaciones</i>			
Total terrenos construcciones y adecuaciones	\$ 50.000.000	\$ 30.780.000	\$ 80.780.000
Total Inversión fija	\$ 83.320.440	\$ 30.780.000	\$ 114.100.440
Inversión Capital de trabajo (1 mes)			
Costo M O D	\$ 1.949.821		\$ 1.949.821
CIF	\$ 1.099.875		\$ 1.099.875
Costos y Gastos de Admón y ventas	\$ 1.956.952		\$ 1.956.952
Total Capital de trabajo (1 mes)	\$ 5.006.648	\$ -	\$ 5.006.648
Inversión Diferida			
Estudio de factibilidad	\$ 2.000.000		\$ 2.000.000
Gastos de Constitución	\$ 800.000		\$ 800.000
Aviso Nombre comercial	\$ 200.000		\$ 200.000
Asesoría técnica	\$ 1.000.000		\$ 1.000.000
Licencia Sanitaria	\$ 110.000		\$ 110.000
Gastos de lanzamiento y publicidad inicial	\$ 1.700.000		\$ 1.700.000
Inscripción cámara de Comercio	\$ 150.000		\$ 150.000
Total inversión diferida	\$ 5.960.000	\$ -	\$ 5.960.000
FINANCIACION TOTAL	\$ 94.287.088	\$ 30.780.000	\$ 125.067.088
Porcentaje de Participación.	75%	25%	100%

5.1.5.2 Recursos de Terceros. Debido a que la inversión para la puesta en marcha de esta empresa requiere de un capital importante, los socios inversionistas deberán aportar un porcentaje significativo. Las entidades financieras por pequeñas que sean, exigen para facilitar el dinero vía crédito, que los inversionistas arriesguen también parte del capital inicial para la puesta en marcha de la misma. Ninguna entidad bancaria está financiando el total de la inversión.

De todas las entidades consultadas en la Provincia Comunera, se escogieron tres alternativas de financiación presentadas por el BBVA, dado que poseen una

menor tasa y mayor facilidades para los inversionistas, (Véase cuadro 61), prevalece la alternativa 1, por cuanto se amortiza capital e intereses en un tiempo igual a las otras dos pero el monto total del crédito resulta siendo más barato, dadas las condiciones del mercado. La tasa actual de crédito en ese banco es del 26% Efectiva Anual, con su equivalencia 22.45% Efectiva Trimestral.

Cuadro 61. Financiación

Monto Solicitado	\$30.780.000	
Forma de pago	Trimestre vencido	
Tasa	26% EA	22,45% TA
Tiempo de financiación:	3 años	

La alternativa 1 consiste en financiar el proyecto a tres años, con una modalidad de pago vencida trimestral, sin periodos de gracia y una tasa del 26% Efectiva Anual.

ALTERNATIVA 1

	Capital	Cuota Capital	Tasa Interes	Intereses	Saldo Capital	Neto a Pagar
			22,45%			
0	\$30.780.000		5,61%	\$1.727.528	\$30.780.000	\$1.727.528
1	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$1.583.567	\$28.215.000	\$4.148.567
2	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$1.439.606	\$25.650.000	\$4.004.606
3	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$1.295.646	\$23.085.000	\$3.860.646
4	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$1.151.685	\$20.520.000	\$3.716.685
5	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$1.007.724	\$17.955.000	\$3.572.724
6	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$863.764	\$15.390.000	\$3.428.764
7	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$719.803	\$12.825.000	\$3.284.803
8	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$575.843	\$10.260.000	\$3.140.843
9	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$431.882	\$7.695.000	\$2.996.882
10	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$287.921	\$5.130.000	\$2.852.921
11	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$143.961	\$2.565.000	\$2.708.961
12	\$30.780.000	\$2.565.000	5,61%	\$0	\$0	\$2.565.000
	\$30.780.000			\$11.228.929		\$42.008.929

Monto Solicitado	\$30.780.000	
Forma de pago	Trimestre vencido	
Tasa	26% EA	22,45% TA
Tiempo de financiación:	3 años	

La alternativa 2 consiste en financiar el proyecto a cinco años, con una modalidad de pago vencida mensual, con periodo de gracia de un año y una tasa del 26% Efectiva Anual.

ALTERNATIVA 2

	Capital	Cuota Capital	Tasa Interes	Intereses	Saldo Capital	Neto a Pagar
	\$30.780.000		26,00%		\$30.780.000	
1	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
2	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
3	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
4	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
5	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
6	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
7	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
8	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
9	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
10	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
11	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
12	\$30.780.000	\$0	2,17%	\$666.900	\$30.780.000	\$666.900
13	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$666.900	\$29.497.500	\$1.949.400
14	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$639.113	\$28.215.000	\$1.921.613
15	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$611.325	\$26.932.500	\$1.893.825
16	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$583.538	\$25.650.000	\$1.866.038
17	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$555.750	\$24.367.500	\$1.838.250
18	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$527.963	\$23.085.000	\$1.810.463
19	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$500.175	\$21.802.500	\$1.782.675
20	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$472.388	\$20.520.000	\$1.754.888
21	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$444.600	\$19.237.500	\$1.727.100
22	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$416.813	\$17.955.000	\$1.699.313
23	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$389.025	\$16.672.500	\$1.671.525
24	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$361.238	\$15.390.000	\$1.643.738
25	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$333.450	\$14.107.500	\$1.615.950
26	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$305.663	\$12.825.000	\$1.588.163
27	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$277.875	\$11.542.500	\$1.560.375
28	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$250.088	\$10.260.000	\$1.532.588
29	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$222.300	\$8.977.500	\$1.504.800
30	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$194.513	\$7.695.000	\$1.477.013
31	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$166.725	\$6.412.500	\$1.449.225
32	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$138.938	\$5.130.000	\$1.421.438
33	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$111.150	\$3.847.500	\$1.393.650
34	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$83.363	\$2.565.000	\$1.365.863
35	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$55.575	\$1.282.500	\$1.338.075
36	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$27.788	\$0	\$1.310.288
37	\$30.780.000	\$1.282.500	2,17%	\$0	-\$1.282.500	\$1.282.500
		\$32.062.500		\$16.339.050		\$48.401.550

Monto Solicitado	\$30.780.000
Forma de pago	Trimestre vencido
Tasa	26% EA 22,45% TA
Tiempo de financiación:	3 años

La alternativa 3 consiste en financiar el proyecto a cinco años, con una modalidad de pago mensual vencida, sin periodo de gracia y una tasa del 26% Efectiva Anual.

ALTERNATIVA 3

	Capital	Cuota Capital	Tasa Interes	Intereses	Saldo Capital	Neto a Pagar
			26,00%			
0	\$30.780.000		2,17%	\$0	\$30.780.000	\$0
1	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$648.375	\$29.925.000	\$1.503.375
2	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$629.850	\$29.070.000	\$1.484.850
3	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$611.325	\$28.215.000	\$1.466.325
4	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$592.800	\$27.360.000	\$1.447.800
5	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$574.275	\$26.505.000	\$1.429.275
6	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$555.750	\$25.650.000	\$1.410.750
7	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$537.225	\$24.795.000	\$1.392.225
8	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$518.700	\$23.940.000	\$1.373.700
9	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$500.175	\$23.085.000	\$1.355.175
10	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$481.650	\$22.230.000	\$1.336.650
11	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$463.125	\$21.375.000	\$1.318.125
12	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$444.600	\$20.520.000	\$1.299.600
13	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$426.075	\$19.665.000	\$1.281.075
14	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$407.550	\$18.810.000	\$1.262.550
15	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$389.025	\$17.955.000	\$1.244.025
16	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$370.500	\$17.100.000	\$1.225.500
17	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$351.975	\$16.245.000	\$1.206.975
18	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$333.450	\$15.390.000	\$1.188.450
19	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$314.925	\$14.535.000	\$1.169.925
20	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$296.400	\$13.680.000	\$1.151.400
21	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$277.875	\$12.825.000	\$1.132.875
22	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$259.350	\$11.970.000	\$1.114.350
23	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$240.825	\$11.115.000	\$1.095.825
24	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$222.300	\$10.260.000	\$1.077.300
25	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$203.775	\$9.405.000	\$1.058.775
26	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$185.250	\$8.550.000	\$1.040.250
27	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$166.725	\$7.695.000	\$1.021.725
28	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$148.200	\$6.840.000	\$1.003.200
29	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$129.675	\$5.985.000	\$984.675
30	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$111.150	\$5.130.000	\$966.150
31	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$92.625	\$4.275.000	\$947.625
32	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$74.100	\$3.420.000	\$929.100
33	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$55.575	\$2.565.000	\$910.575
34	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$37.050	\$1.710.000	\$892.050
35	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$18.525	\$855.000	\$873.525
36	\$30.780.000	\$855.000	2,17%	\$0	\$0	\$855.000
	\$30.780.000			\$11.670.750		\$42.450.750

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos Fijos. Son denominados aquellos que no cambian así el volumen de producción cambie. Ejemplo: mano de obra Administrativa, Costos y gastos administrativos y de ventas y los intereses financieros. (Véase Cuadro 62).

5.2.2 Costos Variables. Son denominados aquellos que cambian al experimentar cambios el volumen de producción. Ejemplo: Materia prima, Mano de obra directa, costos indirectos de fabricación. (Véase Cuadro 62).

5.2.3 Costos Totales. Son aquellos que resultan de la sumatoria de los costos fijos más los costos totales de la prestación del servicio (Véase Cuadro 62).

Cuadro 62, Clasificación de los costos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables					
Costo M O D	\$ 23.397.857	\$ 24.744.370	\$ 25.981.589	\$ 27.280.668	\$ 28.644.702
CIF	\$ 13.198.500	\$ 13.858.425	\$ 14.551.346	\$ 15.278.914	\$ 16.042.859
Total Costos Variables	\$ 36.596.357	\$ 38.602.795	\$ 40.532.935	\$ 42.559.582	\$ 44.687.561
Costos Fijos					
Costos y gastos de Admón y ventas	\$ 23.483.421	\$ 24.380.537	\$ 25.269.974	\$ 26.213.504	\$ 27.214.601
Gastos Financieros	\$ 5.470.504	\$ 3.167.134	\$ 863.764	\$ -	\$ -
Total Costos Fijos	\$ 28.953.925	\$ 27.547.671	\$ 26.133.738	\$ 26.213.504	\$ 27.214.601
Costos totales	\$ 65.550.282	\$ 66.150.466	\$ 66.666.673	\$ 68.773.086	\$ 71.902.162
Participación Costo total unitario acomodación 2	9%	9%	9%	9%	9%
Costo total unitario acomodación 2	\$ 30.757	\$ 28.740	\$ 26.819	\$ 25.617	\$ 24.798
Participación Costo total unitario acomodación 4	16%	16%	16%	16%	16%
Costo total unitario acomodación 4	\$ 53.826	\$ 50.295	\$ 46.933	\$ 44.829	\$ 43.397
Participación Costo total unitario acomodación 6	68%	68%	68%	68%	68%
Costo total unitario acomodación 6	\$ 76.894	\$ 71.850	\$ 67.047	\$ 64.042	\$ 61.996
Participación Costo total unitario bar	8%	8%	8%	8%	8%
Costo total unitario bar	\$ 13.072	\$ 12.214	\$ 11.398	\$ 10.887	\$ 10.539

El porcentaje de participación de los costos se tomó teniendo en cuenta el porcentaje de participación de las ventas por servicios, con respecto al grueso de las ventas totales. Se consideró esta posibilidad de distribución de los costos, por cuanto buscando otro método no se podía conocer el impacto real entre la relación beneficio costo.

5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS O INGRESOS.

La política de ventas a seguir es el pago de estricto contado. El total de las ventas tanto en cantidades como en cifras reales, se encuentran condensados en los Cuadros 63 y 64.

Cuadro 63. Política de ventas

Política de ventas			
Tipo de pago	%	días	Total
Contado	100%	0	0,00
Crédito	0%		
30 días	0%	30	0,00
60 días	0%	60	0,00
90 días	0%	90	0,00
Total días de Cartera			0

Cuadro 64. Ventas del servicio

SERVICIO DE ALOJAMIENTO						
CONCEPTO	VR. MES	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
habitaciones dobles	2	2	2	2	3	3
Días de servicio al mes	8	96	96	96	96	96
Fines de semana	4	48	48	48	48	48
Tarifa habitación	40.000	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
Total servicios mes (facturado por días)	16	192	207	224	242	261
Ventas totales del servicio	\$ 640.000	\$ 7.680.000	\$ 8.709.120	\$ 9.876.142	\$ 11.199.545	\$ 12.700.284
% de participación en las ventas totales	9%	9%	9%	9%	9%	9%
CONCEPTO	VR. MES	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
habitaciones 4 personas	2	2	2	2	3	3
Días de servicio al mes	8	96	96	96	96	96
Fines de semana	4	48	48	48	48	48
Tarifa habitación	70.000	70.000	73.500	77.175	81.034	85.085
Total servicios mes (facturado por días)	16	192	207	224	242	261
Ventas totales del servicio	\$ 1.120.000	\$ 13.440.000	\$ 15.240.960	\$ 17.283.249	\$ 19.599.204	\$ 22.225.497
% de participación en las ventas totales	16%	16%	16%	16%	16%	16%
CONCEPTO	VR. MES	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
habitaciones seis personas	6	6	6	7	8	8
Días de servicio al mes	8	96	96	96	96	96
Fines de semana	4	48	48	48	48	48
Tarifa habitación	100.000	100.000	105.000	110.250	115.763	121.551
Total servicios mes (facturado por días)	48	576	622	672	726	784
Ventas totales del servicio	\$ 4.800.000	\$ 57.600.000	\$ 65.318.400	\$ 74.071.066	\$ 83.996.588	\$ 95.252.131
% de participación en las ventas totales	68%	68%	68%	68%	68%	68%
Total servicios mes (facturado por días)	80	960	1.037	1.120	1.209	1.306
Ventas totales alojamiento	\$ 6.560.000	\$ 78.720.000	\$ 89.268.480	\$ 101.230.456	\$ 114.795.337	\$ 130.177.913

Continuación Cuadro 64. Ventas del servicio

SERVICIO DE BAR						
CONCEPTO	VR. MES	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
porcentaje de servicios	40%	40%	40%	40%	40%	40%
número de servicios / mes	32	384	415	448	484	522
promedio de consumo diario / unidad de servicio	17.000	17.000	17.850	18.743	19.680	20.664
Ventas totales del servicio	\$ 544.000	\$ 6.528.000	\$ 7.402.752	\$ 8.394.721	\$ 9.519.613	\$ 10.795.242
% de participación en las ventas totales	8%	8%	8%	8%	8%	8%
Ventas totales del servicio	\$ 7.104.000	\$ 85.248.000	\$ 96.671.232	\$ 109.625.177	\$ 124.314.951	\$ 140.973.154

Como se puede observar, en el normal funcionamiento del hotel no existe cartera de crédito, dado que todas las ventas serán realizadas de contado.

De otra parte se recibirán ingresos no operacionales por concepto de arrendamiento del local destinado para restaurante. Dado que se trata de una unidad económicamente productiva se fija un cánon de \$1.500.000 mensual.

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Llamado también punto muerto. En este punto ni se gana ni se pierde, significa que todo lo que se reciba por ventas del producto, alcanza únicamente a cubrir los gastos que se han hecho para poderlos producir y vender. Este punto está directamente ligado a una cantidad de unidades que deban ser producidas y vendidas para que se dé este equilibrio.

El punto donde se cortan dos líneas (costo total – ingreso total), será el punto de equilibrio y la cantidad que se lee en el eje horizontal, será la cantidad de equilibrio. Así mismo establece primordialmente cual debe ser el nivel de ventas del hotel que permita cubrir todos los costos y a partir de allí entrar a generar

utilidades teniendo como base fundamental los ingresos. La fórmula para hallar este punto de equilibrio es la siguiente:

$$CT = CF + CV \qquad CV = Q^* * CVU$$

$$CT = CF + (Q^* * CVU) \qquad I = Q^* PV$$

Donde:

CVU: Costo Variable Unitario.

PV : Precio de Venta

Para que se cumpla el punto de equilibrio:

$$CF + (Q^* CVU) = Q^* PV$$

De donde:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{CF}{PV \text{ unitario} - CV \text{ unitario}}$$

El punto de equilibrio es una herramienta básica para establecer las situaciones reales de la organización o de los productos. Es otra forma de análisis y una herramienta valiosa para determinar el comportamiento del hotel en corto plazo y se basa en aquella relación matemática que iguala ingresos y egresos. (Véase Cuadro 65).

Cuadro 65. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos totales	85.248.000	96.671.232	109.625.177	124.314.951	140.973.154
Costos Totales	\$ 65.550.282	\$ 66.150.466	\$ 66.666.673	\$ 68.773.086	\$ 71.902.162
Costos fijos totales	\$ 28.953.925	\$ 27.547.671	\$ 26.133.738	\$ 26.213.504	\$ 27.214.601
Costos variables totales	\$ 36.596.357	\$ 38.602.795	\$ 40.532.935	\$ 42.559.582	\$ 44.687.561
Para hallar el punto de equilibrio por servicio es preciso conocer la clasificación de los costos por cada servicio, para ello se tiene en cuenta la participación del costo de cada uno de estos en los costos totales.					

Fórmula: PE= CFT/(OV-CVU)

Punto de Equilibrio Servicio de Alojamiento acomodación 2					
CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
% de participación costo del servicio/ costo total	9%	9%	9%	9%	9%
Costo total	\$ 5.905.431	\$ 5.959.501	\$ 6.006.007	\$ 6.195.773	\$ 6.477.672
Costo fijo	\$ 2.608.462	\$ 2.481.772	\$ 2.354.391	\$ 2.361.577	\$ 2.451.766
Costo variable	\$ 3.296.969	\$ 3.477.729	\$ 3.651.616	\$ 3.834.197	\$ 4.025.906
Unidades de servicio	192	207	224	242	261
Previo de venta del servicio	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
Costo total Unitario del servicio	\$ 30.757	\$ 28.740	\$ 26.819	\$ 25.617	\$ 24.798
Costo variable Unitario	\$ 17.172	\$ 16.771	\$ 16.306	\$ 15.853	\$ 15.412
Punto del Equilibrio cantidades	114	98	85	78	74
Punto de Equilibrio en pesos	\$ 4.570.578	\$ 4.131.607	\$ 3.735.593	\$ 3.590.949	\$ 3.589.666

Punto de Equilibrio Servicio de Alojamiento acomodación 4					
CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
% de participación costo del servicio/ costo total	16%	16%	16%	16%	16%
Costo total	\$ 10.334.504	\$ 10.429.128	\$ 10.510.511	\$ 10.842.604	\$ 11.335.926
Costo fijo	\$ 4.564.808	\$ 4.343.101	\$ 4.120.184	\$ 4.132.760	\$ 4.290.590
Costo variable	\$ 5.769.696	\$ 6.086.026	\$ 6.390.328	\$ 6.709.844	\$ 7.045.336
Unidades de servicio	192	207	224	242	261
Previo de venta del servicio	70.000	73.500	77.175	81.034	85.085
Costo total Unitario del servicio	\$ 53.826	\$ 4.191	\$ 3.911	\$ 3.736	\$ 3.616
Costo variable Unitario	\$ 30.050	\$ 29.350	\$ 28.535	\$ 27.742	\$ 26.972
Punto del Equilibrio cantidades	114	98	85	78	74
Punto de Equilibrio en pesos	\$ 7.998.512	\$ 7.230.313	\$ 6.537.288	\$ 6.284.160	\$ 6.281.916

Punto de Equilibrio Servicio de Alojamiento acomodación 6					
CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
% de participación costo del servicio/ costo total	68%	68%	68%	68%	68%
Costo total	\$ 44.290.731	\$ 44.696.261	\$ 45.045.049	\$ 46.468.301	\$ 48.582.542
Costo fijo	\$ 19.563.463	\$ 18.613.291	\$ 17.657.931	\$ 17.711.827	\$ 18.388.244
Costo variable	\$ 24.727.268	\$ 26.082.970	\$ 27.387.118	\$ 28.756.474	\$ 30.194.298
Unidades de servicio	576	622	672	726	784
Previo de venta del servicio	100.000	105.000	110.250	115.763	121.551
Costo total Unitario del servicio	\$ 76.894	\$ 71.850	\$ 67.047	\$ 64.042	\$ 61.996
Costo variable Unitario	\$ 42.929	\$ 41.929	\$ 40.764	\$ 39.632	\$ 38.531
Punto del Equilibrio cantidades	343	295	254	233	221
Punto de Equilibrio en pesos	\$ 34.279.337	\$ 30.987.054	\$ 28.016.949	\$ 26.932.114	\$ 26.922.499

Punto de Equilibrio Servicio de Bar					
CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
% de participación costo del servicio/ costo total	8%	8%	8%	8%	8%
Costo total	\$ 5.019.616	\$ 5.065.576	\$ 5.105.106	\$ 5.266.407	\$ 5.506.021
Costo fijo	\$ 2.217.192	\$ 2.109.506	\$ 2.001.232	\$ 2.007.340	\$ 2.084.001
Costo variable	\$ 2.802.424	\$ 2.956.070	\$ 3.103.873	\$ 3.259.067	\$ 3.422.020
Unidades de servicio	384	415	448	484	522
Previo de venta del servicio	17.000	17.850	18.743	19.680	20.664
Costo total Unitario del servicio	\$ 13.072	\$ 12.214	\$ 11.398	\$ 10.887	\$ 10.539
Costo variable Unitario	\$ 7.298	\$ 7.128	\$ 6.930	\$ 6.737	\$ 6.550
Punto del Equilibrio cantidades	229	197	169	155	148
Punto de Equilibrio en pesos	\$ 3.884.992	\$ 3.511.866	\$ 3.175.254	\$ 3.052.306	\$ 3.051.216

Punto de Equilibrio total

Punto de equilibrio total ventas de servicio en pesos	50.733.419	45.860.840	41.465.084	39.859.528	39.845.298
--	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Gráficamente el punto de equilibrio se observa de la siguiente forma:

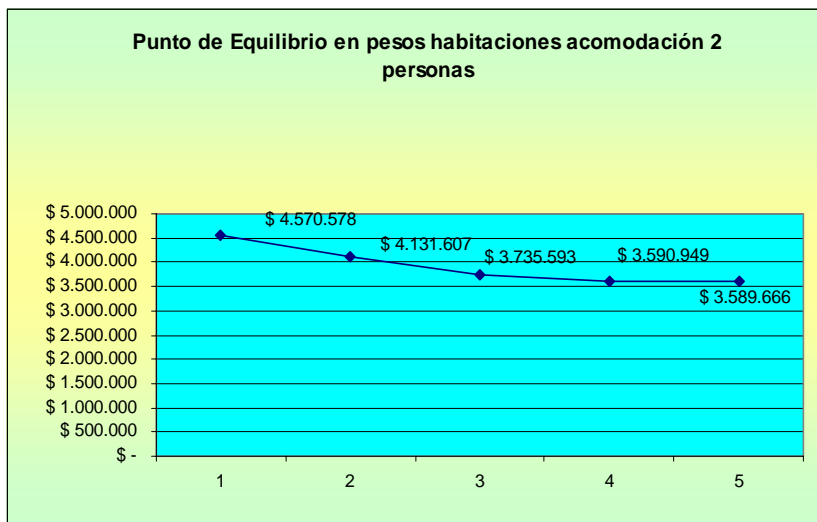


Figura Nº 22. Punto de equilibrio en pesos habitaciones acomodación para dos personas

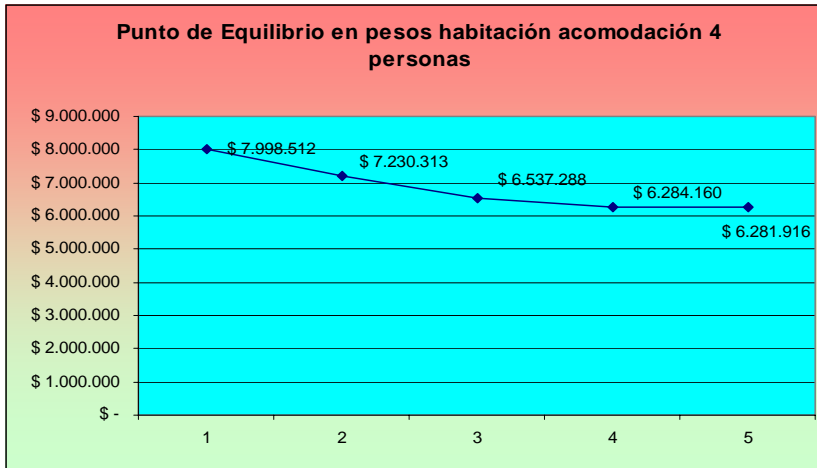


Figura Nº 23. Punto de equilibrio en pesos habitaciones acomodación para cuatro personas

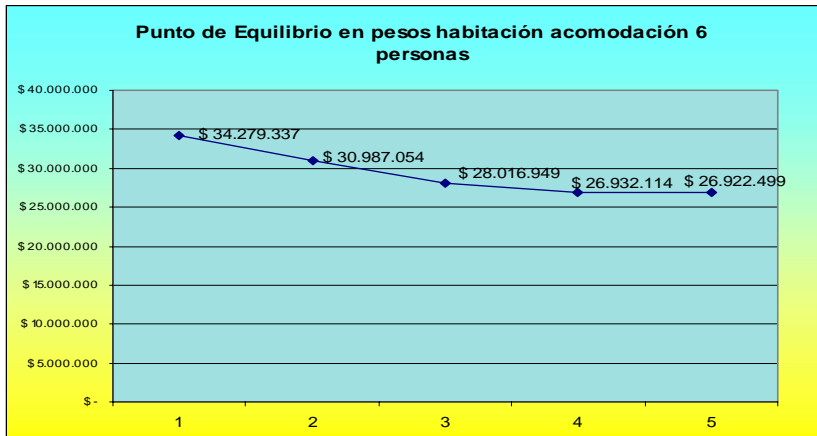


Figura Nº 24. Punto de equilibrio en pesos habitaciones acomodación para seis personas

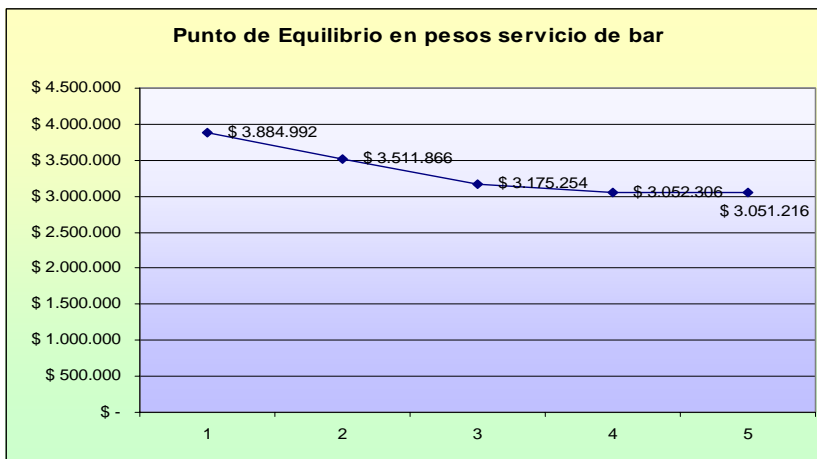


Figura Nº 25. Punto de equilibrio en pesos servicio de bar

5.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja se realizó con base en la información suministrada en los numerales anteriores. Así mismo este dato fue proyectado a cinco años, ya que este es el término de evaluación del proyecto. Las variaciones están de acuerdo con el índice de inflación promedio (5%). (Véase Cuadro 66)

Cuadro 66. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
ANOS	ANO BASE	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
INVERSIONES						
Inversión inmueble	\$ 70.000.000					
Adecuaciones	\$ 10.780.000					
Equipos de oficina	\$ 8.513.000					
Muebles y enseres	\$ 24.807.440					
INVERSION TOTAL	\$ 114.100.440					
ENTRADA DE EFECTIVO						
Ventas		\$ 85.248.000	\$ 96.671.232	\$ 109.625.177	\$ 124.314.951	\$ 140.973.154
Aportes Socios	\$ 94.287.088					
Crédito Bancario	\$ 30.780.000					
Arrendamiento local restaurante		\$ 16.800.000	\$ 17.640.000	\$ 18.522.000	\$ 19.448.100	\$ 20.420.505
TOTAL DE ENTRADAS	\$ 125.067.088	\$ 102.048.000	\$ 114.311.232	\$ 128.147.177	\$ 143.763.051	\$ 161.393.659
SALIDAS DE EFECTIVO						
Maquinaria y Equipo	\$ 8.513.000					
Muebles y enseres	\$ 24.807.440					
Terrenos y edificaciones	\$ 80.780.000					
Gastos Diferidos	\$ 5.960.000					
Mano de Obra directa		\$ 23.397.857	\$ 24.744.370	\$ 25.981.589	\$ 27.280.668	\$ 28.644.702
Costos Indirectos del servicio		\$ 13.198.500	\$ 13.858.425	\$ 14.551.346	\$ 15.278.914	\$ 16.042.859
Costos y Gastos de Administración y ventas		\$ 23.483.421	\$ 24.380.537	\$ 25.269.974	\$ 26.213.504	\$ 27.214.601
Pago de Impuesto de Renta (38,5%)		\$ -	\$ 14.051.621	\$ 18.541.894	\$ 23.669.993	\$ 28.871.136
Reserva legal		\$ 2.244.610	\$ 2.961.887	\$ 3.781.051	\$ 4.611.883	\$ 5.503.727
Amortización de capital		\$ 10.260.000	\$ 10.260.000	\$ 10.260.000	\$ -	\$ -
Gastos Financieros		\$ 5.470.504	\$ 3.167.134	\$ 863.764	\$ -	\$ -
TOTAL SALIDAS	\$ 120.060.440	\$ 78.054.891	\$ 93.423.974	\$ 99.249.618	\$ 97.054.962	\$ 106.277.025
SALDO (ENTRADA-SALIDAS)	\$ 5.006.648	\$ 23.993.109	\$ 20.887.258	\$ 28.897.559	\$ 46.708.089	\$ 55.116.635
Mas depreciación y amortización		\$ 10.164.088	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088	\$ 10.164.088
Más Reserva legal		\$ 2.244.610	\$ 2.961.887	\$ 3.781.051	\$ 4.611.883	\$ 5.503.727
FLUJO NETO ANUAL		\$ 36.401.806	\$ 34.013.233	\$ 42.842.698	\$ 61.484.060	\$ 70.784.450
MAS: SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 5.006.648	\$ 41.408.455	\$ 75.421.688	\$ 118.264.386	\$ 179.748.446
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 5.006.648	\$ 41.408.455	\$ 75.421.688	\$ 118.264.386	\$ 179.748.446	\$ 250.532.896

NOTA: Las depreciaciones están incluidas dentro de los Costos y Gastos de Administración

Es importante tener presente que pese a que los saldos en caja son significativos, es mejor negocio trabajar el dinero en función del negocio, que de acuerdo con lo establecido en la TIR (en el capítulo siguiente) es más rentable que pagar el crédito bancario de manera anticipada. Además por efectos de riesgo de liquidez es más recomendable no dejar la caja sin un colchón de seguridad por posibles gastos eventuales o por crisis y una ocupación menor en un periodo de tiempo determinado.

5.6 ESTADO DE RESULTADOS

La finalidad o función del Estado de Pérdidas y ganancias es la de presentar los cambios ocurridos en el hotel durante el periodo contable en cuestión, esto es al iniciar y finalizar operaciones a fin de conocer el comportamiento real de los costos y gastos frente a los ingresos. (Véase Cuadro 67)

Cuadro 67. Estado de Resultados

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTA	\$85.248.000	\$96.671.232	\$109.625.177	\$124.314.951	\$140.973.154
menos					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$36.596.357	\$38.602.795	\$40.532.935	\$42.559.582	\$44.687.561
Mano de Obra directa	\$23.397.857	\$24.744.370	\$25.981.589	\$27.280.668	\$28.644.702
Costos Indirectos	\$13.198.500	\$13.858.425	\$14.551.346	\$15.278.914	\$16.042.859
UTILIDAD BRUTA	\$48.651.643	\$58.068.437	\$69.092.242	\$81.755.369	\$96.285.593
menos					
Gastos de Administración y ventas	\$23.483.421	\$24.380.537	\$25.269.974	\$26.213.504	\$27.214.601
UTILIDAD OPERACIONAL	\$25.168.222	\$33.687.900	\$43.822.268	\$55.541.865	\$69.070.992
Más arrendamientos por el local del restaurante	\$16.800.000	\$17.640.000	\$18.522.000	\$19.448.100	\$20.420.505
menos					
Gastos Financieros	\$5.470.504	\$3.167.134	\$863.764	\$0	\$0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$36.497.718	\$48.160.766	\$61.480.504	\$74.989.965	\$89.491.497
menos					
PROVISION IMPUESTO DE RENTA	\$14.051.621	\$18.541.894	\$23.669.993	\$28.871.136	\$34.454.226
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$22.446.098	\$29.618.872	\$37.810.511	\$46.118.830	\$55.037.272
Reserva legal (10%)	\$2.244.610	\$2.961.887	\$3.781.051	\$4.611.883	\$5.503.727
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	\$20.201.488	\$26.656.985	\$34.029.460	\$41.506.947	\$49.533.545

NOTA: Las depreciaciones están incluidas dentro de los Costos y Gastos de administración y ventas

5.7 BALANCE GENERAL

El balance general se encuentra plasmado en el Tabla 68 proyectado a cinco años. El balance General se presenta en tres partes: Activo, pasivo y patrimonio, esta presentación tiene como finalidad resaltar los derechos de los dueños o participaciones conocido como Capital o patrimonio o pasivo a favor de los dueños.

Así mismo se observa la evolución del hotel a través del tiempo, teniendo como punto de referencia el crecimiento del patrimonio frente a los pasivos y el crecimiento del activo frente al pasivo.

Para interpretar correctamente un balance, es preciso conocer los diferentes conceptos que lo componen y las cuentas que afectan (cuentas de balance), es decir, a través del balance se conoce la realidad misma del hotel, cuales de los rubros pertenecientes a cada grupo de cuentas es el más representativo y que impacto tiene con respecto a los demás. (Véase Cuadro 68).

Cuadro 68. Balance general al final de cada período

BALANCE GENERAL					
CUENTA	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 1	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 2	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 3	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 4	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
DISPONIBLE	\$ 41.408.455	\$ 75.421.688	\$ 118.264.386	\$ 179.748.446	\$ 250.532.896
Caja	\$ 36.401.806	\$ 34.013.233	\$ 42.842.698	\$ 61.484.060	\$ 70.784.450
Bancos	\$ 5.006.648	\$ 41.408.455	\$ 75.421.688	\$ 118.264.386	\$ 179.748.446
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 41.408.455	\$ 75.421.688	\$ 118.264.386	\$ 179.748.446	\$ 250.532.896
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	\$ 114.100.440	\$ 114.100.440	\$ 114.100.440	\$ 114.100.440	\$ 114.100.440
Equipo de oficina	\$ 8.513.000	\$ 8.513.000	\$ 8.513.000	\$ 8.513.000	\$ 8.513.000
Muebles y enseres	\$ 24.807.440	\$ 24.807.440	\$ 24.807.440	\$ 24.807.440	\$ 24.807.440
Inmuebles	\$ 80.780.000	\$ 80.780.000	\$ 80.780.000	\$ 80.780.000	\$ 80.780.000
Depreciación Acumulada	\$ 10.164.088	\$ 20.328.176	\$ 30.492.264	\$ 40.656.352	\$ 50.820.440
DIFERIDOS	\$ 4.768.000	\$ 3.576.000	\$ 2.384.000	\$ 1.192.000	\$ -
Cargos Diferidos					
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 108.704.352	\$ 97.348.264	\$ 85.992.176	\$ 74.636.088	\$ 63.280.000
TOTAL ACTIVO	\$ 150.112.807	\$ 172.769.952	\$ 204.256.562	\$ 254.384.534	\$ 313.812.896
PASIVO					
PASIVO A CORTO PLAZO					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 6.156.000	\$ 6.156.000	\$ 6.156.000	\$ 6.156.000	\$ -
Bancos Nacionales					
TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO	\$ 6.156.000	\$ 6.156.000	\$ 6.156.000	\$ 6.156.000	\$ -
PASIVO A LARGO PLAZO					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 18.468.000	\$ 12.312.000	\$ 6.156.000	\$ -	\$ -
Bancos Nacionales					
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 18.468.000	\$ 12.312.000	\$ 6.156.000	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 24.624.000	\$ 18.468.000	\$ 12.312.000	\$ 6.156.000	\$ -
PATRIMONIO					
CAPITAL					
Aportes de los socios	\$ 94.287.088	\$ 94.287.088	\$ 94.287.088	\$ 94.287.088	\$ 94.287.088
Reserva de protección al capital	\$ 8.199.162	\$ 9.643.386	\$ 12.371.457	\$ 26.254.082	\$ 41.352.115
Reserva legal	\$ 2.244.610	\$ 2.961.887	\$ 3.781.051	\$ 4.611.883	\$ 5.503.727
Utilidad del Ejercicio	\$ 20.201.488	\$ 26.656.985	\$ 34.029.460	\$ 41.506.947	\$ 49.533.545
Utilidad o pérdida acumulada	\$ -	\$ 20.201.488	\$ 46.858.473	\$ 80.887.933	\$ 122.394.880
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 124.932.348	\$ 153.750.834	\$ 191.327.529	\$ 247.547.932	\$ 313.071.354
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 149.556.348	\$ 172.218.834	\$ 203.639.529	\$ 253.703.932	\$ 313.071.354

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En este capítulo se pretende analizar económica y socialmente el proyecto con el fin de conocer si es atractivo el proyecto para el inversionista.

6.1 EVALUACIÓN ECONÓMICO-SOCIAL.

La implementación del hotel en el Municipio de Guadalupe ofrece a la comunidad involucrada en el proyecto beneficios sociales como:

El proyecto constituye una alternativa de generación de empleo, se apoya en el desarrollo y progreso de la región y lo más importante, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los Guadalupeños.

6.1.1 Generación de empleo. Con el montaje de la empresa, se implica la ocupación de 5 empleos directos, reduciendo el índice de desempleo actual en el Municipio y beneficiando en mejoramiento de la calidad de vida de estos empleados y sus familias. Es relevante destacar la mano de obra que emplearán las unidades productivas que utilizan el Hotel Santa Bárbara.

6.1.2 Desarrollo Regional. Se contribuye notablemente al progreso del Municipio y de la Región, al mejorar la producción, los ingresos, el aprovechamiento de la materia prima, seguridad alimentaria y bienestar socio-ambiental derivados del uso de los servicios del restaurante. Incrementa el ingreso al permitir el acceso a personal calificado y no calificado, se le dará la

oportunidad de percibir unos ingresos con todas sus prestaciones legales y por ende mejorar su calidad de vida.

Así mismo para los inversionistas la posibilidad de incrementar sus ingresos con un proyecto rentable y atractivo. Para la comunidad de Guadalupe y principalmente los inversionistas ofrecer un servicio de alta calidad y a precios competitivos. Para el gobierno municipal también es un beneficio, porque le permitirá al fisco recaudar los aportes, impuestos y demás obligaciones de ley.

6.1.3 Mejoramiento de la calidad de vida. Contribuye a la minimización de los niveles de pobreza en la comunidad al existir una fuente generadora de riqueza a través del trabajo organizado. En cuanto a la circulación del capital, también se puede agregar que el proyecto contribuye a la activación del circulante disminuyendo el nivel de iliquidez de la comunidad Guadalupeña. Así mismo este proyecto contribuye directamente al realce en la calidad del turismo hacia este municipio, dado que existe un atractivo más para visitar y sentirse plenamente satisfecho.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL.

Para conseguir un desarrollo sostenible y equilibrado, compatible con la conservación de nuestro medio natural, es preciso aplicar un conjunto de principios básicos que informan la gestión en materia de protección de medio ambiente.

Es de tener en cuenta que se debe tramitar la licencia ambiental ante la Corporación Autónoma de Santander “CAS”, quien es la encargada de realizar la evaluación y descripción de todos los componentes a considerar dentro del área

de influencia del proyecto, así como la cuantificación cuantitativa de los impactos ambientales negativos o positivos. Una vez se obtenga un resultado aceptable esta entidad se otorga la licencia a través de una resolución para de esta manera poder empezar a construir el hotel.

Teniendo en cuenta desde la adecuación del hotel hasta su funcionamiento, se aborda los posibles efectos ambientales se resume en las siguientes secciones.

- Uso del suelo: el hotel se ubicará en un terreno aprobado por la oficina de planeación municipal según el plan de ordenamiento territorial para desarrollo urbanístico. El uso de este terreno no se encuentra cerca de hábitat sensible, evitando la producción de reasentamientos, así como desplazamiento económico alguno como resultado del proyecto.
- Suministro de agua: el agua potable es suministrada por la corporación de acueducto y alcantarillado de Guadalupe, evitando de esta manera la contaminación de alguna cuenca hidrográfica de su entorno.
- Manejo de residuos sólidos: los residuos sólidos se recogerán y eliminarán de conformidad con el manual de seguridad industrial del hotel y normatividad local. Durante la fase de adecuación y remodelación se mantendrá un nivel mínimo de generación de residuos sólidos.
- Emisiones a la atmósfera: ni el sistema de climatización del hotel ni las instalaciones de almacenamiento de alimentos, utilizarán refrigerantes a base de compuestos cloro-fluorocarbonados, por lo que cumplirán con las pautas internacionales para evitar el agotamiento del ozono.
- En cuanto al ruido emanado durante la remodelación y adecuación del hotel Santa Bárbara tiene un impacto fugaz, ya que la repercusión es inmediata tras el

cese de dichas actividades ya sea por la acción humana o a través de las máquinas, cesando de esta manera el impacto producido al medio ambiente.

Como uno de los servicios complementarios es ofrecer una opción de turismo rural, o ecoturismo, es importante mejorar las condiciones de la vegetación natural en el zona, promoviendo la siembra y protección de nuevas especies. En tal sentido no solamente el interés es disminuir los impactos negativos, sino también potenciar la capacidad del medio ambiente natural en especial la del paisaje.

Es importante destacar que el hotel contará con diferentes zonas verdes, lo cual ayudará a preservar un aire puro, ayudando a conservar un medio ambiente agradable tanto para los empleados, residentes de su entorno y huéspedes.

Tras analizar la información disponible acerca de los posibles impactos ambientales y las medidas mitigantes que se han propuesto, se llega a la conclusión que el proyecto propuesto está diseñando para cumplir con las pautas en materia de medio ambiente, salud y seguridad, así como con los requisitos establecidos por las entidades locales y nacionales cuando éste entre en su etapa de operación.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.

El estudio financiero es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio, se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva, además que se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable, lo cual se comprobará con el análisis a las variables económicas como Valor presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR) entre otros.

6.3.1 Intereses de oportunidad de capital. Cuando se hace referencia al interés de oportunidad, se debe tener en cuenta el riesgo que conlleva la ejecución del proyecto, para ello se deben analizar varios factores tales como.

- Costos de financiación
- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Disponibilidad de servicios públicos
- Proximidad a la materia prima
- Situación de orden público en la zona
- Penetración en el mercado.

Para la zona objeto de estudio (Municipio de Guadalupe) se puede emitir el siguiente análisis:

- a. Costos de financiación: el proyecto es financiado en su mayoría por una entidad financiera con una tasa del 26% EA con su equivalencia del 22.45% TA.

- b. Medios y costos de transporte: la región cuenta con excelentes medios de transporte a bajo precio, esto debido a su condición de ser puerto terrestre en el Departamento de Santander.
- c. Disponibilidad de mano de obra: en la actualidad se cuenta con una alta tasa de oferta de mano de obra, debido al fenómeno del desempleo, lo cual hace que su consecución no sea difícil ni costosa.
- d. Factores ambientales: en la zona no existen altos niveles de contaminación, por el contrario, aún se puede disfrutar de un ambiente sano y tranquilo. El hotel objeto de estudio no será un factor generador de contaminación.
- e. Cercanía del mercado: el hotel estará ubicado en el casco urbano del municipio de Guadalupe.
- f. Disponibilidad de servicios públicos: es del 100 por ciento.
- g. Situación de orden público en la zona: Zona altamente tranquila.
- h. Penetración en el mercado: en este aspecto, no hay mayor dificultad, el mercado está a la expectativa de este servicio en el municipio.

Con base en el análisis anterior se puede decir que la tasa de oportunidad es: la propuesta por las entidades financieras para otorgar crédito (costo de capital) - 26% en promedio efectivo anual del último mes, 22.5% TA.

6.3.2 Valor presente Neto (VPN). El valor presente neto también es conocido como el Valor Anual Neto, definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados.

Atendiendo al hecho que los ingresos, las inversiones y los costos se efectuarán en diferentes puntos del tiempo, se hará necesario hacer equivalentes dichos valores, trasladándolos al año cero utilizando un interés de oportunidad con el fin de determinar, en dinero actual, el rendimiento del proyecto. (Véase Cuadro 69).

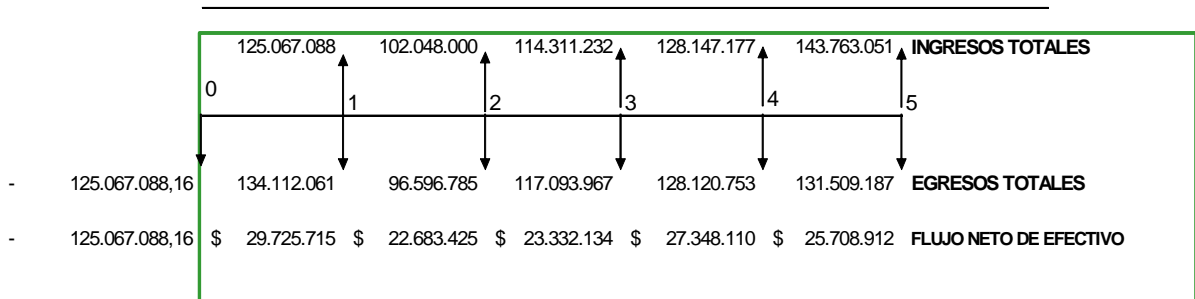
El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año 0, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas que es del 22.45% T.A y los flujos netos reflejados en los estados de resultados. Como se observa en el Tabla 70, el Valor Presente Neto es mayor que cero (0), esto sólo implica un aumento al patrimonio y que el proyecto renta lo que los inversionistas exigen en relación a sus aportes.

Este resultado es evidente siempre y cuando se reinvierte las ganancias. Por lo anterior y con los criterios expuestos, la inversión es aceptada debido a que se obtiene un rendimiento superior al 22.45% T.A y que las ganancias han compensado a la inversión que les dio origen y se ha ganado un poco más en término del valor del dinero en un año cero.

Cuadro 69. Valor Presente neto

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VPN
Flujo Neto de efectivo	-\$ 125.067.088	\$ 36.401.806	\$ 34.013.233	\$ 42.842.698	\$ 61.484.060	\$ 70.784.450	
Interés de Oportunidad	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	
Valor Presente Neto	-\$ 125.067.088	29.725.715	22.683.425	23.332.134	27.348.110	25.708.912	\$ 3.731.207,93
Período	-	1	2	3	4	5	

Gráficamente se presenta de la siguiente manera:



6.3.3 Relación Beneficio – Costo. La relación beneficio - costo está expresada como el cociente entre el valor presente de los ingresos y el de los egresos e indica la rentabilidad adicional sobre el interés de oportunidad, obtenida sobre el dinero invertido y expresado en pesos actuales. (Véase Cuadro 70).

Es decir la relación beneficio costo se define como el aporte que hacen los ingresos, en valor presente, sobre los costos, durante la vida útil del proyecto. Es importante tener en cuenta que cuando la relación beneficio-costo es mayor que 1, el proyecto es conveniente ya que los ingresos superan los egresos y por tanto dejará un margen, el cual indica su ventaja.

Este margen es la utilidad de las operaciones del proyecto, a valores actualizados. Así mismo, cuando la relación beneficio-costo se hace igual a 1, es decir los egresos son iguales a los ingresos, se tiene que el proyecto no dará utilidades, pero tampoco arrojará pérdidas. De igual forma, cuando los egresos superan a los ingresos, arrojando el proyecto perdido, la relación beneficio-costo será menor que uno, indicando que el proyecto no es atractivo para implementarlo.

En este proyecto el Beneficio- Costo arrojó un resultado positivo, es un proyecto atractivo, su cociente está en el 3.3636.

Cuadro 70. Beneficio - Costo

RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	B/C
Ingresos	\$ 125.067.088	\$ 102.048.000	\$ 114.311.232	\$ 128.147.177	\$ 143.763.051	\$ 161.393.659	
Tasa de Oportunidad	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	
Valor Presente neto	\$ 125.067.088	83.332.397	76.234.161	69.788.953	63.945.805	58.618.177	476.986.580
periodo	-	1	2	3	4	5	
							Relación B/C=
Egresos	-\$ 120.060.440	\$ 78.054.891	\$ 93.423.974	\$ 99.249.618	\$ 97.054.962	\$ 106.277.025	3,36368344
Tasa de Oportunidad	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	
Valor Presente neto	-\$ 120.060.440	63.739.624	62.304.448	54.051.342	43.170.047	38.599.815	141.804.837
Periodo	-	1	2	3	4	5	

6.3.4 Rentabilidad. Este concepto define la rentabilidad como el cociente de la utilidad sobre la inversión. Para analizar la rentabilidad total que tendrá un proyecto se determina a través de la actualización de las utilidades de la inversión expresada de la siguiente manera:

$$R = \frac{\sum_{i=1}^{i=n} U_i (1 + i)^t}{\sum_{i=1}^{i=n} K (1 + i)^t}$$

(Véase Cuadro 71).

Cuadro 71. Rentabilidad

RENTABILIDAD	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	FORMULA	RENTABILIDAD
Utilidad antes de impuesto	- 125.067.088	36.497.718	48.160.766	61.480.504	74.989.965	89.491.497		
Tasa de Oportunidad	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%	22,45%		
Valor Presente neto	-\$ 125.067.088	29.804.037	32.118.415	33.482.283	33.355.536	32.503.312	\$ 36.196.495	
período	-	1	2	3	4	5	Rentabilidad U/I =	0,2894
							\$ 125.067.088	

6.3.5 Tasa Interna De Retorno (TIR). La Tasa Interna de Retorno se define como aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero. Evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La tasa interna de retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$P = \sum \frac{FN_n}{(1+i)^t}$$

Para el desarrollo de la ecuación se deja como incógnita la (i) y se determina por medio de tanteos o pruebas de error; buscando dicha tasa que con la i haga igual la suma de los flujos netos actualizados.

Donde:

P = Inversión

FN = Flujos netos

i = TIR

t = periodo de tiempo 1 a 5 años

Comparando la TIR hallada del 24% con respecto a la tasa Atractiva de retorno con financiamiento del 22.45% TA, se observa que la primera se encuentra por encima de la segunda en 1,5 puntos como margen de intermediación, lo que hace atractivo el proyecto y genera aceptación del mismo. (Véase cuadro 72).

El margen de intermediación es en cortas palabras la diferencia entre la tasa de inversión o tasa de costo del capital que requiere la empresa para sobrevivir y la tasa en la que realmente renta (TIR) el negocio, en este caso el margen de intermediación es del 1,5%, cuyo margen prudente conlleva a que la inversión no se devalúa.

Cuadro 72. Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO	0	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005
Flujo Neto de efectivo	-\$ 125.067.088	\$ 36.401.806	\$ 34.013.233	\$ 42.842.698	\$ 61.484.060	\$ 70.784.450
Tasa Interna de Retorno (TIR)	24%	24%	24%	24%	24%	24%
Valor Presente Neto	-\$ 125.067.088	\$ 29.433.723	\$ 22.237.833	\$ 22.648.718	\$ 26.281.589	\$ 24.465.225
Periodo	-	1	2	3	4	5

6.3.6 Razones financieras. El Valor Presente neto, así como la TIR, reflejan aspectos importantes del proyecto como son la rentabilidad y su costo a un valor actualizado, durante su vida útil.

Por si solos son elementos para tomar decisiones en relación con el proyecto; por tanto es conveniente contrastar esta información con el comportamiento de las razones financieras más significativas consideradas en la proyección de los estados financieros.

(Véase Cuadro 73).

Cuadro 73, Razones financieras

RAZONES DE LIQUIDEZ					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON CORRIENTE	6,73	12,25	19,21	29,20	-
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON ACIDA (\$)	\$ 6,73	\$ 12,25	\$ 19,21	\$ 29,20	\$ -
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON DEL CAPITAL DE TRABAJO (\$)	\$ 35.252.455	\$ 69.265.688	\$ 112.108.386	\$ 173.592.446	\$ 250.532.896

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO (%)	16%	11%	6%	2%	0%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENDEUDAMIENTO EN EL CORTO PLAZO (%)	25%	33%	50%	100%	0%

RAZONES DE RENTABILIDAD					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO DE GANANCIAS (%)	57%	60%	63%	66%	68%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN NETA DE GANANCIAS (%)	24%	28%	31%	33%	35%

6.3.6.1 Razón corriente. Esta razón mide la capacidad que tiene el hotel para responder por las obligaciones adquiridas. El hotel tiene liquidez cuando posee el dinero necesario para pagar las deudas al corto plazo.

Su forma de cálculo es la siguiente: Activo corriente / pasivo corriente

El resultado matemático debe leerse como la cantidad de pesos que tiene el hotel en el activo corriente para cubrir cada peso que se tiene en el pasivo más exigible.

Se puede asegurar que la empresa inicia con una capacidad igual a \$6.73 en sus activos frente a sus pasivos, pero tiene una rápida recuperación, ya que para el segundo año por cada peso que deba la empresa, tiene \$12.25 para responder. La tendencia del crecimiento del activo frente al pasivo es ascendente.

6.3.6.2 Razón del capital de trabajo. Este concepto tiene dos denominaciones: capital de trabajo bruto, cuando se refiere a todo el activo corriente y capital de trabajo neto, cuando se resta el pasivo corriente al activo corriente.

Para el caso se analiza el Capital de trabajo neto, el cual muestra que tanto del activo corriente está financiado con pasivo a mediano y largo plazos⁴.

El capital neto del trabajo asegura la supervivencia del hotel en el corto plazo; esta es una medida útil de control interno para mantener la liquidez. Exige una sincronización de las entradas y salidas de dinero en efectivo, para mantener el hotel sin problemas de liquidez.

Esta razón se encuentra muy relacionada con la razón corriente, ya que si la razón corriente arroja dentro de sus resultados un cociente menor de \$1, la razón de capital de trabajo resulta negativa, se puede observar claramente en el desarrollo de la empresa objeto de estudio, que durante el primer año se obtuvo una razón corriente de \$6.73 y una razón de capital de trabajo de \$35.252.455 siendo enteramente positiva.

6.3.6.3 Nivel de endeudamiento. Esta razón mide los recursos que se han conseguido con terceros para la inversión en activos totales. La fórmula para calcularla es la siguiente:

$$\text{Pasivos totales} / \text{activos totales}$$

⁴ DAVILA LADRON DE GUEVARA, Ricardo. Gestión Financiera en Hoteles. Pontificia Universidad, 2000. p. 84.

Este indicador indica que por cada \$1 que la empresa tiene invertidos en activos, \$0.16 han sido financiados por los acreedores durante el primer año. Así mismo cada año disminuye el nivel de endeudamiento y al tercer año se observa como llega al 0%.

6.3.6.4 Endeudamiento a corto plazo. Con esta razón se calcula qué porcentaje del total de pasivos tienen vencimientos corrientes, es decir menos de un año.

Por cada \$1 que el hotel posee en pasivos con terceros, el 25% posee un vencimiento corriente o a corto plazo.

6.3.6.5 Margen Bruto de ganancias. El margen de excedente bruto establece el porcentaje de los ingresos que después de cubrir los costos, quedan disponibles para cubrir los gastos que generan las otras instancias de la operación.

La fórmula es: $\text{Excedente bruto} / \text{Ingresos operacionales} = \%$

El margen bruto de ganancias para el primer año es del 57%, que quiere decir que por cada peso que se generan de ingresos, quedan 57 centavos para cubrir los costos y gastos de administración y ventas.

6.3.6.6 Margen Neto de ganancias. Esta razón incorpora al análisis de la generación del excedente la dimensión no operacional del hotel. Se involucra la eficiencia del hotel en su manejo de tesorería, no sólo en cuanto a los costos, sino también a la generación de ingresos financieros.

La fórmula es. $\text{Excedente neto} / \text{ingresos operacionales} = \%$

El indicador muestra que por cada peso de ingresos se generan 24 centavos de excedente, con lo cual se fortalece la posición del hotel.

CONCLUSIONES

El municipio de Guadalupe Santander tiene un gran auge de turistas durante diferentes épocas del año como semana santa, vacaciones de Junio, semana deportiva, ferias, fiestas y temporada de fin de año. Los visitantes han tenido inconformismos en el momento de buscar alojamiento, ya que sólo existen tres hospedajes informales, los cuales no ofrecen la comodidad necesaria a los huéspedes.

El estudio de factibilidad para crear un hotel en el municipio, permitió concluir que alrededor de 3.400 familias viajan con un promedio de cuatro acompañantes, durante las diferentes épocas del año, siendo un número muy significativo que se puede captar como clientes potenciales en el momento en el que se adecue el hotel.

Igualmente se determinó que las personas que se han alojado en los hospedajes informales, no han tenido la suficiente comodidad y privacidad, pues son casas de familia que han sido acondicionadas para prestar el servicio de alojamiento, donde el turista debe compartir algunos servicios indispensables como la ducha y el baño; como tampoco ofrecen otro servicio complementario.

Referente a las alternativas de los bienes inmuebles existentes para la construcción del hotel, se determinó que el predio ubicado en la carrera 1 No. 1-12 del municipio de Guadalupe Santander es factible, pues su área es la acertada para cumplir con la capacidad total diseñada del proyecto. Igualmente cuenta con los servicios de agua, energía, alcantarillado y teléfono, los cuales hacen que sus costos de construcción sean más bajos.

Este domicilio le ofrece al turista un ambiente saludable y tranquilo, pues el paisaje a su alrededor es muy llamativo y por ser en un municipio no existe contaminación alguna comparado con grandes ciudades, siendo esto un atractivo muy llamativo para el turista residentes en diferentes ciudades del país, que desea estar en contacto directo con la naturaleza.

Para la puesta en marcha del hotel Santa Bárbara es importante realizar la promoción y publicidad adecuada, bajo los parámetros propuestos en el proyecto, ya que ésta da a conocer los servicios principales y complementarios que ofrece el hotel, así como los sitios turísticos y arquitectura colonial con que cuenta el municipio de Guadalupe, garantizando la aceptación de los turistas y el posicionamiento en el mercado de la región.

En cuanto al funcionamiento del hotel se hace necesario contratar cinco personas para desempeñar las funciones necesarias que requiere el servicio de hospedaje, brindando una mejor calidad de vida, tanto para los empleados como para la de sus familias, logrando un gran impacto social en el Municipio.

Su estructura organizacional está conformada mediante la creación de una Sociedad Limitada, cuyos socios tienen una participación del 75% con recursos propios y el 25% se le inyecta a través de un crédito bancario con una entidad financiera, el cual será cancelado en un plazo no mayor de tres años.

Referente a los diferentes indicadores de la evaluación financiera, se determinó que el proyecto es viable, factible y rentable, siempre y cuando las utilidades se reinviertan en el mismo. Se puede asegurar que el hotel inicia con una capacidad igual a \$6.73 en sus activos frente a sus pasivos, pero tiene una rápida recuperación, ya que para el segundo año por cada peso que deba el hotel, tiene \$12.25 para responder. La tendencia del crecimiento del activo frente al pasivo es ascendente.

Un dato importante que debe tener en cuenta es el arrojado por el indicador del margen neto de ganancias, donde por cada peso de ingresos se generan 24 centavos de excedente, fortaleciendo el hotel como empresa municipal de la Provincia Comunera.

Es necesario aclarar que la vida del hotel depende de las ventas del servicio que se realice, es por esto que es muy importante realizar diferentes alternativas de promoción, ya sea trabajando mancomunadamente con las autoridades del municipio, para atraer turistas al municipio de Guadalupe y así cumplir con la visión del hotel Santa Bárbara.

Teniendo en cuenta los resultados es factible la creación del hotel Santa Bárbara en el municipio de Guadalupe Santander, el cual prestará el servicio de hospedaje y otros servicios complementarios, aprovechando las bellezas naturales, logrando de esta manera suplir todas las expectativas del turista, en beneficio del desarrollo económico del municipio y la región.

RECOMENDACIONES

Considerando la magnitud de la inversión para la creación del hotel Santa Bárbara en el municipio de Guadalupe, es recomendable formar una sociedad de responsabilidad limitada, estableciendo una estructura organizacional adecuada, que regule el buen funcionamiento de la misma.

Se debe pensar no sólo en ofrecer el servicio de hospedaje, sino también de paquetes turísticos que incluyan varias actividades para captar más clientes, logrando así incrementar la demanda de turistas provenientes de diferentes zonas de Colombia.

Es importante tener en cuenta que las normas legales municipales y nacionales expuestas se deben cumplir, pues el trabajar legalmente evita tener algún problema jurídico con las entidades competentes que vigila el sector hotelero y turístico.

Para la adecuación del hotel se recomienda la remodelación de los dos pisos, respetando la logística de distribución propuesta en el proyecto, ya que tanto el espacio del interior como la de sus zonas verdes, es indispensable para ofrecer un ambiente agradable tanto a sus empleados como los huéspedes.

Se debe realizar la promoción y publicidad propuesta en el proyecto, incluyéndole una alta dosis de creatividad, lo cual redundará en altos volúmenes de venta del servicio de hospedaje y complementarios. Igualmente se deben mostrar todas las bellezas naturales y coloniales con que cuenta el municipio de Guadalupe, pues es un atractivo que va incrementar la afluencia de turistas a esta localidad.

En cuanto a los servicios públicos y reducción del gasto anual de agua en las instalaciones del Hotel se realizan las siguientes recomendaciones: realizar la instalación de dispositivos ahorradores de agua en lavamanos, duchas, zonas de aseo y sanitarios.

Referente al servicio de energía se recomienda diseñar los circuitos para independizar el encendido de lámparas, utilizando la iluminación fluorescente de bajo consumo y diseñando e implementando un programa de ahorro de energía eléctrica.

BIBLIOGRAFIA

BANCO DE LA REPUBLICA. Antecedentes de la Hotelería y Turismo de Colombia. En: Biblioteca Virtual.

GRAY, William S. y LIGUORI Salvatore C. Hoteles y Moteles : Administración y Funcionamiento. Madrid : Trillas, 1981. p.14.

GUEVARA BELTRÁN, Cesar Augusto. Una fiesta de integración empresarial. En : Vivir Fácil. Bucaramanga. Año 6, No. 23 (quinto bimestre de 2003); p. 30 – 31.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas Colombianas para la presentación de trabajos de investigación. Tesis y otros trabajos de grado. Bogotá. : ICONTEC, 2004. NTC 1486 – NTC 1075 – NTC 1487.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos : Identificación – Formulación – Evaluación Financiera – Económica – Social – Ambiental. Bogotá : MM Editores, 2003. p.88 – 325.

PRADILLA ARDILA, Humberto. Ventas y Publicidad : políticas de publicidad. Bucaramanga : UIS/INSED, 1992. p. 35 – 40.

SANCHEZ PRADA, Irenarco. Actualidad Comunera : Edición Ecoturismo. Socorro : Plotter, 2004. p.6 – 11.

SANCHEZ MOLINA, Mauricio. Guía LEGIS para la pequeña empresa : constitución Empresa Limitada. Bogotá : LEGIS, 1999. p.49.

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión : capacidad instalada y proyecta. Bucaramanga : UIS/INSED, 1987. p.137 - 155.

DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA, Ricardo. Gestión Financiera en Hoteles : Pontificia Universidad Javeriana, 2000. p.84.

ANEXO A

ENCUESTA PARA LA DEMANDA

Somos estudiantes de la Universidad Industrial de Santander y solicitamos su colaboración para responder esta encuesta, que nos permitirá establecer la factibilidad de mercado para la creación de un HOTEL en el Municipio de Guadalupe.

APELLIDOS Y NOMBRES: _____

TELEFONO: _____ CIUDAD: _____

- Pregunta No. 1. ¿Usted ha visitado Guadalupe en los últimos diez años?

(Si su respuesta es SI, pase a la pregunta No.4)

Si _____ No _____

¿Por qué? _____

- Pregunta No. 2. ¿Le gustaría conocer el municipio de Guadalupe?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

- Pregunta No. 3. ¿Estaría dispuesto a visitar el municipio de Guadalupe este año?

(Si su respuesta es si pase a la pregunta No.10, si es no aquí termina para Usted la encuesta y muchas gracias por su colaboración).

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

- Pregunta No. 4. ¿Con qué frecuencia visita a Guadalupe anualmente y en promedio cuantos días permanece?

- Pregunta No. 5. Generalmente cuando Usted visita a Guadalupe viaja:

a. Sólo _____ b. Con 2 a 4 acompañantes _____ c. De 5 a 10 acompañantes _____

d. Más de 10 acompañantes _____

Pregunta No. 6. ¿Cuáles son los motivos por los cuales visita a Guadalupe?

- a. Negocios_____
- b. vacaciones_____
- c. Otros, cuales_____

- Pregunta No. 7. Cuando Usted visita a Guadalupe generalmente donde se aloja?
(Escoja una opción).

- a. Donde un familiar _____
- b. casa particulares_____
- c. los hospedajes_____
- d. Otros, cuales:_____

(Si su respuesta fue hospedaje conteste la siguiente pregunta si no pase por favor a la pregunta No.10).

- Pregunta No. 8. ¿Cómo ha sido la experiencia en cuanto al servicio de alojamiento en Guadalupe?

- a. Buena_____
- b. Regular _____
- c. Mala _____

¿Por qué? _____

- Pregunta No. 9. ¿Cómo se entero de la existencia del hospedaje?

- a. Por un familiar _____
- b. Por un amigo _____
- c. En la calle _____

Otros, ¿Cuáles?_____

- Pregunta No. 10. ¿Si se construye un hotel en el municipio de Guadalupe estaría dispuesto a hospedarse en el?

Si_____ No_____

¿Por qué? _____

- Pregunta No. 11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar de hospedaje por persona durante una noche en un hotel que no tiene algún servicio complementario?

- a. Entre \$5.000 a \$10.000____
- b. Entre \$10.000 y \$15.000____
- c. Más de \$15.000____

- Pregunta No. 12. ¿Le gustaría que el hotel ofreciera paquetes turísticos en los que incluyera actividades como caminatas, cabalgatas, spa, Espeleología, entre otras?

SI _____ NO _____

¿Por qué?: _____

ANEXO B

ENCUESTA PARA LA OFERTA

Somos estudiantes de Noveno Semestre de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, estamos solicitando su colaboración para responder esta encuesta, que nos proporcionará la información necesaria sobre el servicio de hospedaje que se presta en el municipio de Guadalupe.

Nombre: _____ Fecha: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____

- Pregunta No. 1. ¿Usted ofrece servicios de hospedaje?

Si _____ No _____

- Pregunta No. 2. ¿Cuáles son las épocas del año en que recibe más turistas?

- a. Fines de semana y festivos _____ b. Fin e inicio de año _____
c. Semana santa _____ d. Vacaciones de mitad de año _____
e. Otros, cuales _____

- Pregunta No. 3. ¿Qué cantidad de turistas recibe mensualmente y cuantas noches en promedio se hospedan?

No. De personas _____

- a. Una noche _____ b. Dos noches _____ c. Tres noches _____
d. Más de 3 noches _____

- Pregunta No. 4. ¿Cuál es el promedio que cobran por noche, por el servicio de hospedaje?

- a. Entre \$5.000 y \$10.000 _____ b. Entre \$10.000 y \$15.000 _____
d. Más de \$15.000 _____

- Pregunta No. 5. ¿Qué otros servicios adicionales; de los siguientes, le ofrece al turista:

- a. Restaurante _____ b. Bar _____ c. Televisión _____ d. Baño privado _____
e. Habitación Privada _____ f. Ninguna de las anteriores _____

- Pregunta No. 6. De los siguientes servicios cuales le ofrece al turista:

- a. caminatas _____ b. cabalgatas _____ c. spa _____ d. Espeleología _____
e. Otros, cuales _____ f. Ninguno _____

ANEXO C

PRESENTACION PAGINA WEB

index - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección C:\LUZ ELENA\web guadalupe junio 25\hotel_guadalupe\index.htm Ir

[Hotel Santa Bárbara](#) *Una Historia para Contar* [Guadalupe santander](#)

TURISMO

SERVICIOS

GUADALUPE

COMO LLEGAR

MAPA

CORREO

MISION

El Hotel Santa Bárbara es una empresa de carácter privado, encaminada a prestar el servicio de [hospedaje](#) a todos los turistas que visitan la región, brindando tranquilidad y comodidad bajo un agradable ambiente familiar.

VISION

El hotel Santa Bárbara dentro de cinco años, será líder a nivel regional a través de alianzas estratégicas con entidades dedicadas a la hotelería, [turismo](#) y recreación, contando con el personal humano idóneo e infraestructura física adecuada, garantizando la calidad, eficiencia y rentabilidad.

Listo Mi PC

TURISMO

Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección C:\LUZ ELENA\web guadalupe junio 25\hotel_guadalupe\turismo.htm Ir

VO EL SALITRE

Hermosos jacuzzis naturales, Ubicados en la Vereda Centro Llano a 15 minutos del Casco Urbano.



[INDEX](#) [GUADALUPE](#) [CONTACTENOS](#) [SERVICIOS](#)

Listo Mi PC

NUESTROS SERVICIOS

Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección C:\LUZ ELENA\web guadalupe junio 25\hotel_guadalupe\servicios.htm Ir



[INDEX](#)

[TURISMO](#)

HOSPEDAJE

Servicio las 24 horas, contamos con amplias y cómodas habitaciones con televisión, servicio al cuarto y personal siempre dispuesto a servirle en lo que necesite.

RESTAURANTE

Platos típicos Santandereanos para que deleite y aprecie la riqueza de sabores que encuentra en estas tierras.

TURISMO ECOLOGICO

El Municipio de Guadalupe posee diversos atractivos naturales que le permiten al turista practicar:

La espeleología en las Cuevas el Gallego, el Berraco y el Perico.

Camínatas y Cabalgatas ecológicas, disfrutar del Pozo de la Gloria con aguas medicinales y de quebradas como las Gachas, quebrada La Honda y balneario El Salitre.



Listo Mi PC

ANEXO D

PLEGABLE PARTE EXTERIOR

MAPA URBANO DE GUADALUPE

ESTAMOS UBICADOS EN LA CARREERA 1, No 1-12
RESERVACIONES AL TELF. 7296211
E-mail reservaciones@hotelsantabarbara.com

Hotel Santa Barbara

NUESTROS SERVICIOS

- HOSPEDAJE LAS 24 HRS.**
- T.V.**
- RESTAURANTE**
- ESPEOLOGIA**

CAMINATAS ECOLOGICAS

VISITAS A SITIOS TURISTICOS

COMO LLEGAR?

GESTION
LUZ ELENA OYERUN MENDEZ
AYDÉE GARCÉS RAMÍREZ

Hotel Santa Barbara
Una Historia para Contar...

Guadalupe

PLEGABLE PARTE INTERIOR

CUEVA EL BERRACO

Curiosa Cueva cuya entrada está parcialmente tapada por una cascada. Ubicada en la Vereda Sabaneta a 40 minutos del Casco Urbano.

Balneario La Gloria

Repetidos pozos de aguas cristalinas que fluyen sobre una ampolia laja. Ubicado en la Vereda Centro Llano a 20 minutos del Casco Urbano.

LA LAJA

Sitio Denominado La Laja: Afluente de Aguas. Cristalinas que Corren sobre grandes extensiones de lisa piedra. Ubicado en la Vereda Sabaneta a 30 minutos del Casco Urbano.

MAPA DE LAS VEREDAS DE GUADALUPE

CUEVA EL PERICO

La cual hizo historia siendo refugio de las tropas en la Guerra de los mil días, interesante sitio rocoso al occidente de la localidad. Ubicado en la Vereda Maratay a una hora del Casco urbano.

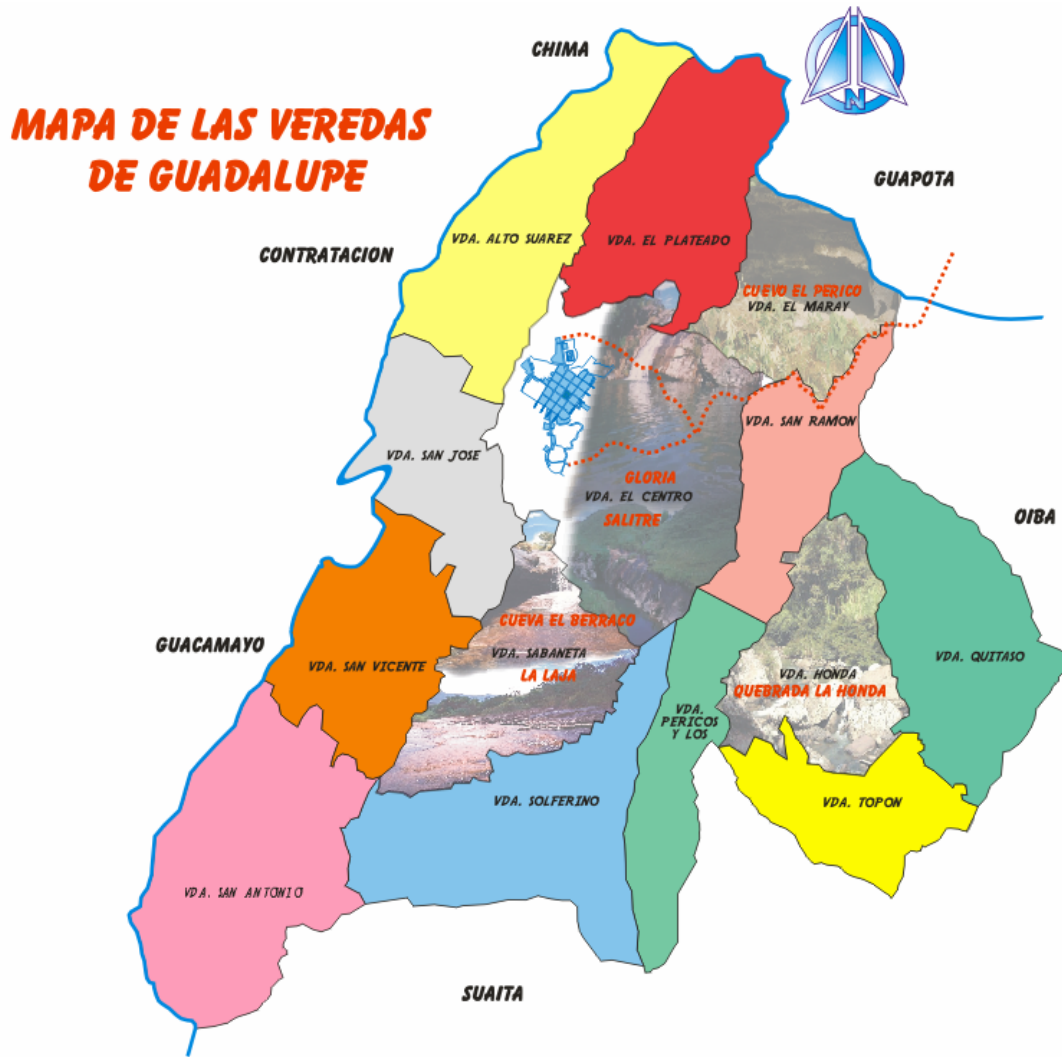
BALNEARIO EL SALITRE

Hermosos jacuzzis naturales, Ubicados en la Vereda Centro Llano a 15 minutos del Casco Urbano.

QUEBRADA LA HONDA

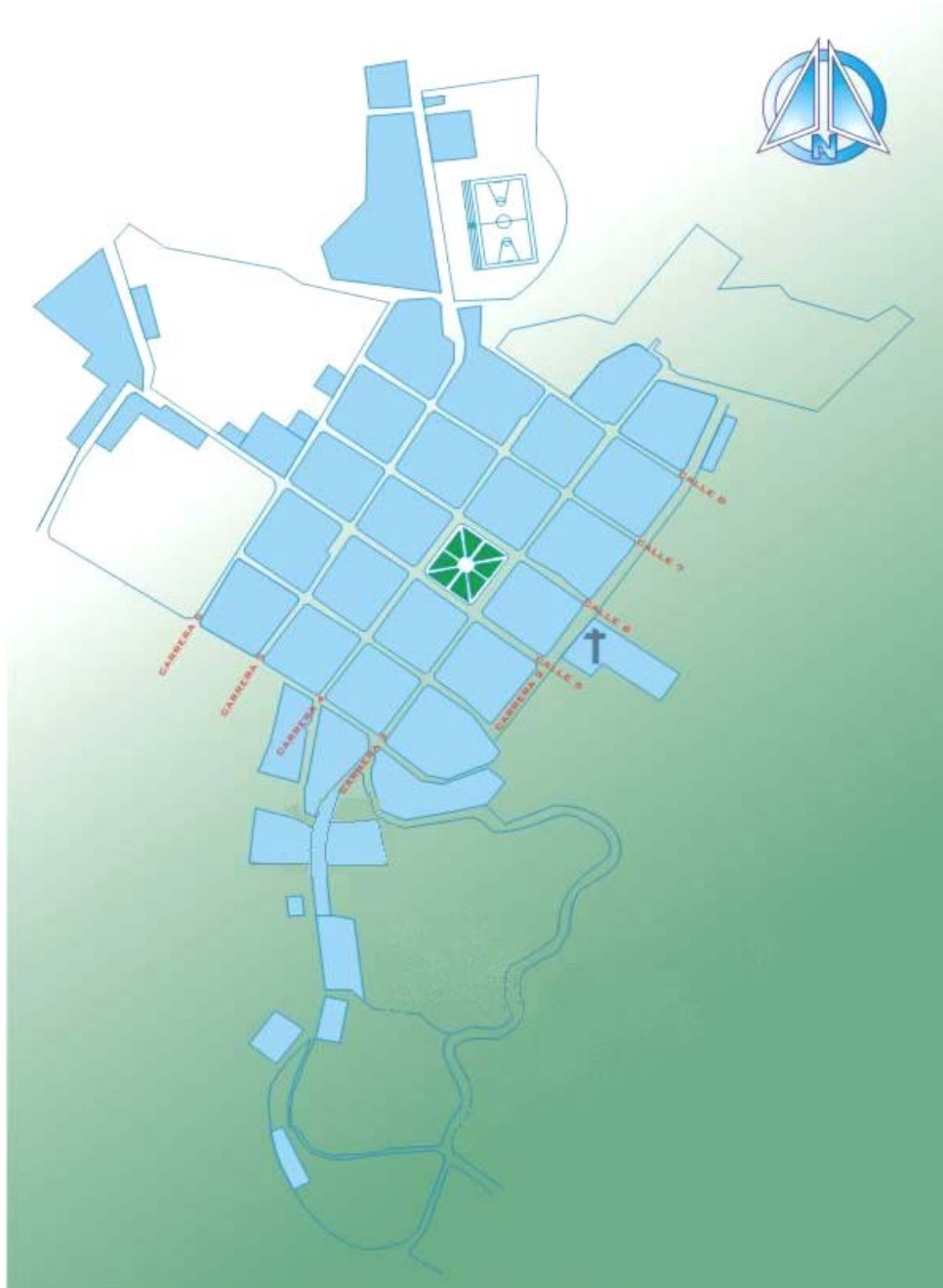
Caudalosa Quebrada. Ubicada en la vereda la honda a 40 minutos del casco urbano vía al Municipio de Oiba

ANEXO E



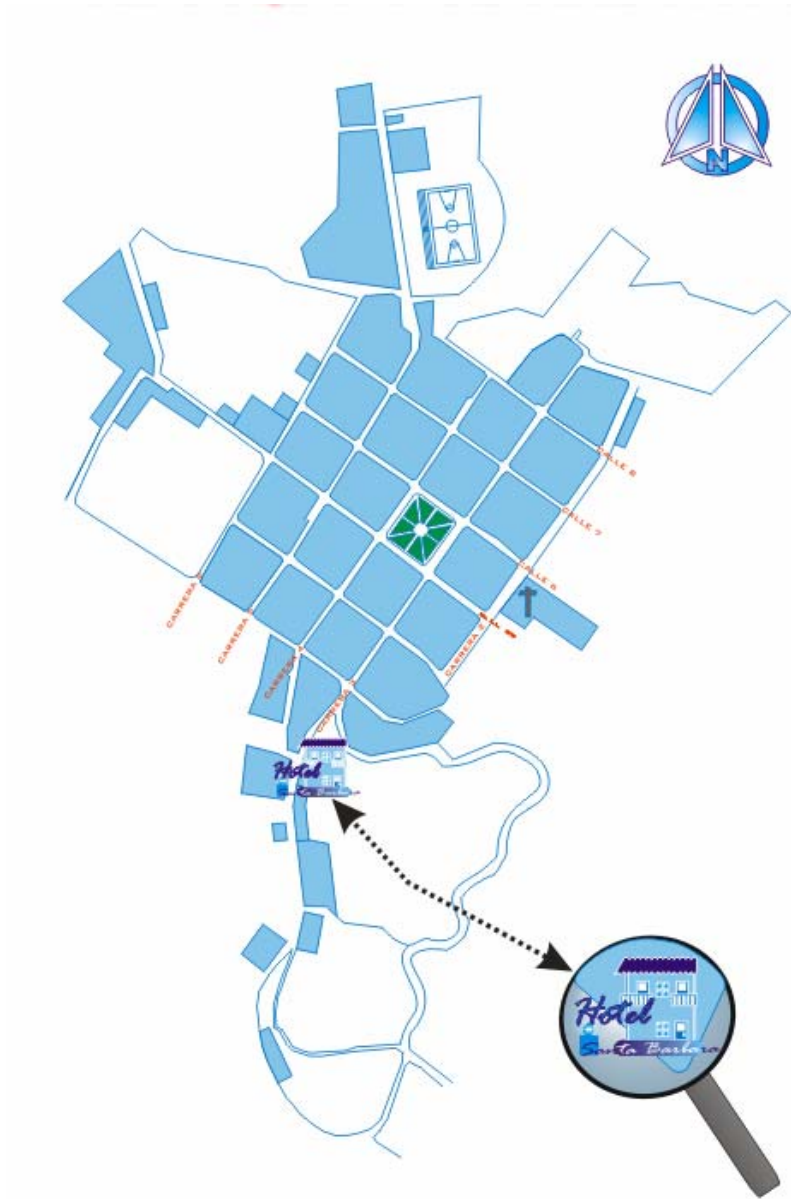
ANEXO F

MAPA CASCO URBANO MUNICIPIO DE GUADALUPE



ANEXO G

UBICACIÓN GEOGRÁFICA HOTEL SANTA BARBARA



ANEXO H

COTIZACIONES PROVEEDORES

NORMAL MARIA AUXILIADORA
Carrera 1 Calle 1 Guadalupe Santander

Guadalupe, Agosto 25 de 2005

Señorita

LUZ ELENA OTERO MENDEZ

Guapotá

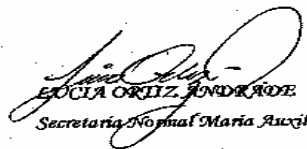
Respetada Señorita:

Teniendo en cuenta la conversación telefónica obtenida en días anteriores, estamos enviando cotización de manera escrita, sobre uno de los bienes inmuebles que se encuentra en venta y está ubicado en la Carrera 1 No. 1-12, el cual cuenta con las siguientes características:

- * Área construida de 120 M2
- * Material de tapia pisada
- * Dos plantas físicas

El valor de dicho inmueble es de SESENTA MILLONES DE PESOS M/CTE, los cuales deben ser cancelados de forma inmediata una vez se firme el documento de compra.

En espera de su decisión se suscribe de Usted.


ELICIA ORTIZ ANDRADE
Secretaria Normal María Auxiliadora



Bucaramanga, Mayo 4 de 2005

Señorita
LUZ ELENA OTERO MENDEZ
 Hotel Santa Bárbara
 Teléfonos: 097 7296211
 E. S. D.

De acuerdo a nuestra conversación tenemos el gusto de cotizarle la siguiente mercancía:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V/UNITARIO	V/TOTAL
11	Camas en madera terminadas en natural y laca transparente, con cama auxiliar móvil en la parte inferior. Fondos o tendidos en madera ZAPAN medidas 0.90 x 1.90.	\$245.000	\$2.695.000
22	Juegos de sábanas (sobresábanas y fundas) en DACRON sencillas estampadas y/o unicolor.	\$19.500	\$429.000
22	Cobijas sencillas fabricadas en lana unicolor	\$24.500	\$539.000
22	Colchones semi-ortopédicos espuma de 20 Cms de grosor medidas 1.90 x 0.90 .	\$129.000	\$2.838.000
11	Mesas de noche terminadas en madera natural y laca transparente con vidrio y cajonera.	\$98.500	\$1.083.500
11	Mesas auxiliar en madera terminadas en natural y laca transparente medidas 0,60 x 1.10x75H.	\$115.000	\$1.265.000
11	Sillas auxiliares estructura en madera terminadas en laca transparente, asiento y espalda tapizadas en cordobán.	\$62.000	\$682.000
3	Camas dobles en madera terminadas en natural y laca transparente, fondos o tendidos en madera de ZAPAN medidas 1,90x1,40.	\$220.000	\$660.000
3	Colchones semi-ortopédicos espuma de 20 Cms de grosor, medias 1,90x1,40.	\$240.000	\$720.000
3	Lámparas mesa de noche medianas.	\$42.000	\$126.000
	Mesas de noche en madera terminado		

Cra. 16aw No. 61-65 Tel. 6416563 B. Prados del Mutis
 Cels. 310 3325192 - 315 3723685 - 315 3813199
 Bucaramanga

3	natural y laca transparente, con cajonera y vidrio.	\$98.500	\$295.500
11	Espesos tallados en vidrio bronce y biselados de 0,50x0,40 Cms fijados a la pared.	\$38.000	\$418.000
11	Teléfonos estándar de teclado color blanco.	\$25.000	\$275.000
11	Percheros verticales en madera y laca transparente.	\$43.000	\$473.000
11	Closet empotrados en la pared, en madera y laca transparentes con cajoneras y ropera medidas 1,60x1,90 H.	\$360.000	\$3.960.000
11	Televisores de 14" SANKEY control remoto color sonido stereo.	\$325.000	\$3.575.000
11	Soportes para televisor de 14" metálico anclados en la pared.	\$29.000	\$319.000
11	Televisor color de 21" PANASONIC control remoto sonido stereo para sala de espera.	\$598.000	\$598.000
1	Juego de sala (1 poltrona doble y 2 poltronas sencillas tapizadas en cuerina color negro y 1 mesa de centro con vidrio).	\$1.280.000	\$1.280.000
1	División de oficina tipo recepción, paneles forrados en paño aluminio en "T" y "U", color gris texturizado, pintura electrostática, medidas 1,60x1,15 H.	\$468.000	\$468.000
1	Puesto de trabajo recepción superficies en MADECOR de 25 M.M, bordes en P.V.C., archivador de piso 2x1 porta teclado, gabinete aéreo, soporte en tubo de 3" redondo, falda en lámina metálica, terminado en pintura electrostática color negro.	\$897.300	\$897.300
1	Silla giratoria sin brazos neumática tipo secretarial tapizada en paño.	\$163.000	\$163.000
1	Archivador de 4 cajones en madera terminado en tintilla color miel.	\$469.000	\$469.000
1	FAX PANASONIC contestador automático.	\$420.000	\$420.000
1	Conmutador para 16 extensiones telefónicas con cableado y canaleta plástica.	\$4.970.000	\$4.970.000
1	Calculadora eléctrica de 12 dígitos	\$245.000	\$245.000
1	Casillero metálico pintura hornable	\$549.000	\$549.000
1	Computador Pentium IV D.D. 80 Gigas, BOARD 400 MHZ, memoria 256 PAR FLOPY 3 1/2, CD ROM 52 x tarjeta de video de 64 MB, caja ATX de lujo, teclado, bafles, forros e impresora hpdeskjet 656C.	\$3.920.000	\$3.920.000

Cra. 16aw No. 61-65 Tel. 6416563 B. Prados del Mutis
 Cels. 310 3325192 - 315 3723685 - 315 3813199
 Bucaramanga



Nit. 804.014.724-1

11	Sanitarios combo jaboneras lavamanos y porta papel.	\$290.000	\$3.190.000
1	Lavaplatos semi-industrial en acero con grifos y llaves.	\$378.000	\$378.000
1	Cocina industrial en acero con cuatro fogones.	\$769.000	\$769.000
		SUBTOTAL	\$38.669.300
		IVA 16%	\$6.187.098
		TOTAL	\$44.856.398

CONDICIONES GENERALES:

VALIDEZ OFERTA : 30 días.
 FORMA DE PAGO : 50% anticipo.
 PLAZO DE ENTREGA : 50% entrega.
 PLAZO DE ENTREGA : 20 días
 SITIO DE ENTREGA : Hotel Santa Bárbara Municipio de Guadalupe

GARANTIA DE 1 AÑO POR DEFECTOS DE FÁBRICA

Esperando poderle servir.

Atentamente,


JOSE GILBERTO DUARTE M.
 Representante Legal

Cra. 16aw No. 61-65 Tel. 6416563 B. Prados del Mutis
 Cels. 310 3325192 - 315 3723685 - 315 3813199
 Bucaramanga



DIDACTICOS UNIVERSAL

Nit. 91.230.036-2

Material Didáctico - Muebles de Oficina y Escolares
Laboratorios Química - Física - Biología - Material Preescolar
y Primaria - Pupitros - Dotaciones para Escuelas y Colegios
Artículos de Papelería - Mapas - Tableros - Microscopios

FECHA

DIA	MES	AÑO
10	05	2005

COTIZACION

Señor(es): HOTEL SANTA BARBARA

Nit.

Dirección: GUADALUPE SANTANDER

Tel.

1	Conmutador para 10 extensiones telefónicas con cableado y canaleta plástica.	3.500.000	3.500.000
1	Puesto de trabajo recepción superficies en MADECOR de 25 M.M, bordes en P.V.C., archivador de piso 2x1 porta teclado, gabinete aéreo, soporte en tubo de 3" redondo, falda forrada en paño aluminio, terminado en pintura electrostática color negro.	800.000	800.000
11	Mesas auxiliar en madera pintadas en laca	95.000	1.045.000
11	Sillas auxiliares en madera pintadas en laca en CORDOBAN	72.500	797.500
11	Telefonos T&F	20.000	220.000
11	Televisores de 14" marca SANKEY con control remoto	315.000	3.465.000
11	Soportes para televisor de 14" metálico	32.000	352.000
1	Televisor de 21" PANASONIC con control remoto	550.000	550.000
1	Juego de sala con 2 poltronas grandes y 1 sencilla de cuerina color azul oscuro	1.115.000	1.115.000
1	Silla giratoria sin brazos tipo secretaria tapizada en paño.	153.000	153.000
1	Archivador de 4 cajones en madera	475.000	475.000
1	FAX PANASONIC	455.000	455.000
11	Ventiladores marca SAMURAI de tres puestos	68.000	68.000
1	Plancha industrial a vapor con mesa plana rectangular	1.120.000	1.120.000
1	Lavadora Whirlpool	983.000	983.000
1	Computador Pentium IV D.D. 80 Giga, BOARD 400 MHZ, memoria 256 PAR FLOPY 3 1/2, CD ROM 52 x tarjeta de video de 64 MB, caja ATX de lujo, teclado, baffes, forros e impresora hpdeskjet 656C	1.700.000	1.700.000

CONDICIONES VALIDEZ DE LA OFERTA: 30 días

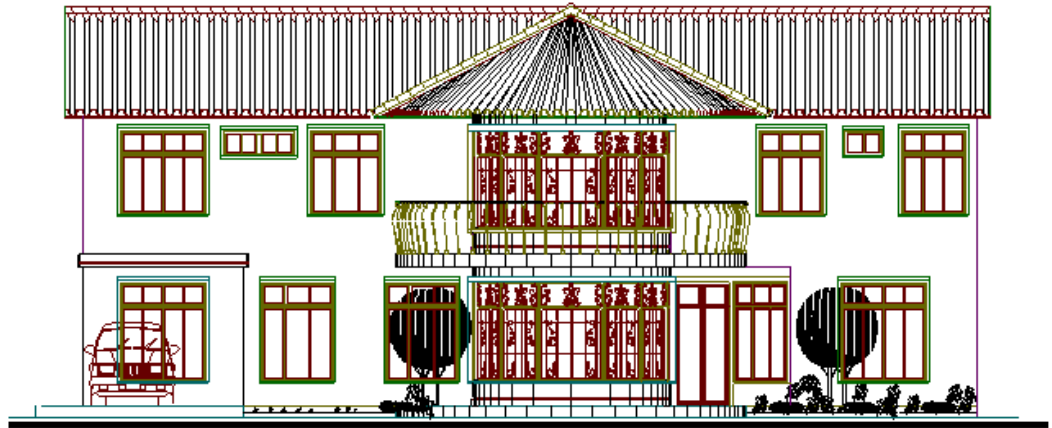
FORMA DE PAGO: CONTRAENTREGA.

Firma del Vendedor

Calle 100 No. 41 - 68 Hacienda San Juan - Teléfono: 6772188 Fax: 6346145 - Barranquilla

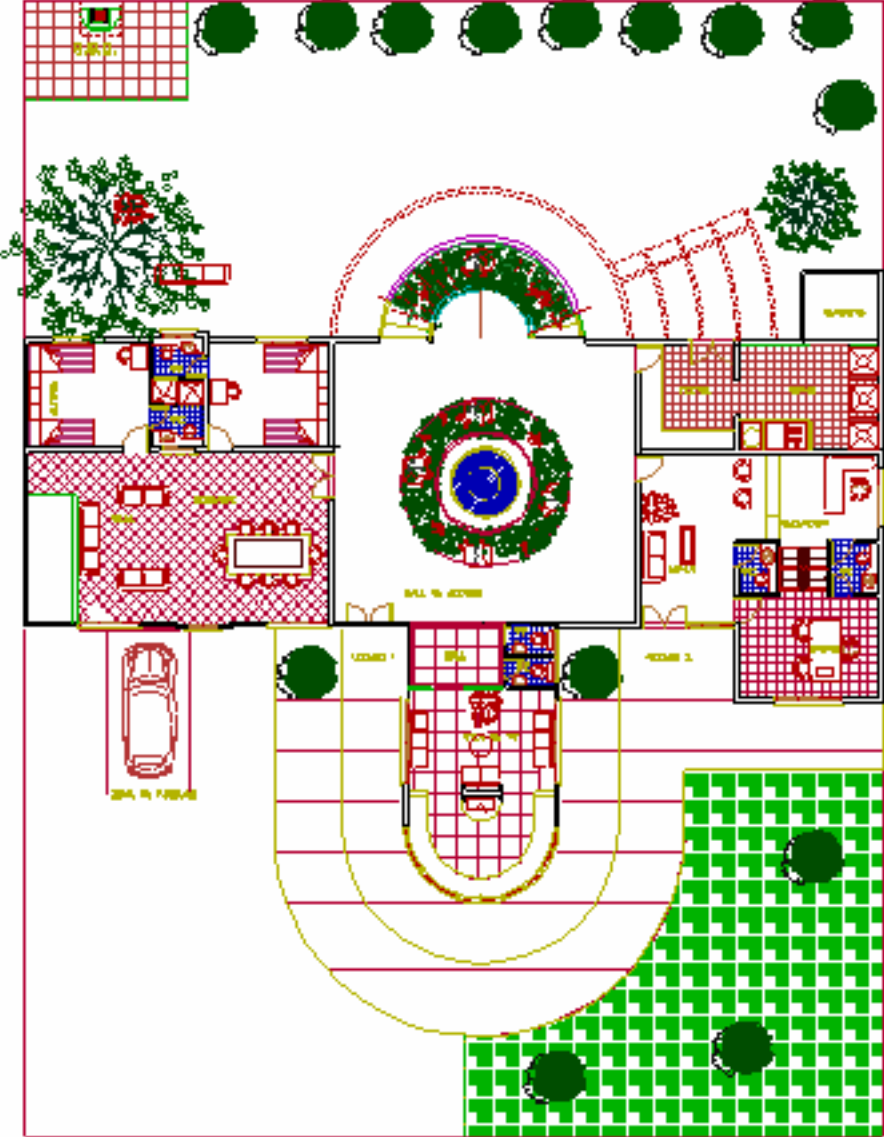
ANEXO I

PLANO FACHADA, PRIMER Y SEGUNDO PISO HOTEL SANTA BÁRBARA



FACHADA PRINCIPAL

PRIMER PISO HOTEL SANTA BÁRBARA



SEGUNDO PISO HOTEL SANTA BÁRBARA

