

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DEL HOTEL BOUTIQUE
MONCORA CAMPESTRE.**



LUDYN AMANDA MURILLO MORENO

JORGE AUGUSTO LEON TRIANA

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIAS FISICO-MECANICAS
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA
BUCARAMANGA
2015**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL HOTEL BOUTIQUE
MONCORA CAMPESTRE.**

**LUDYN AMANDA MURILLO MORENO
JORGE AUGUSTO LEON TRIANA**



**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de
Especialista en Alta Gerencia**

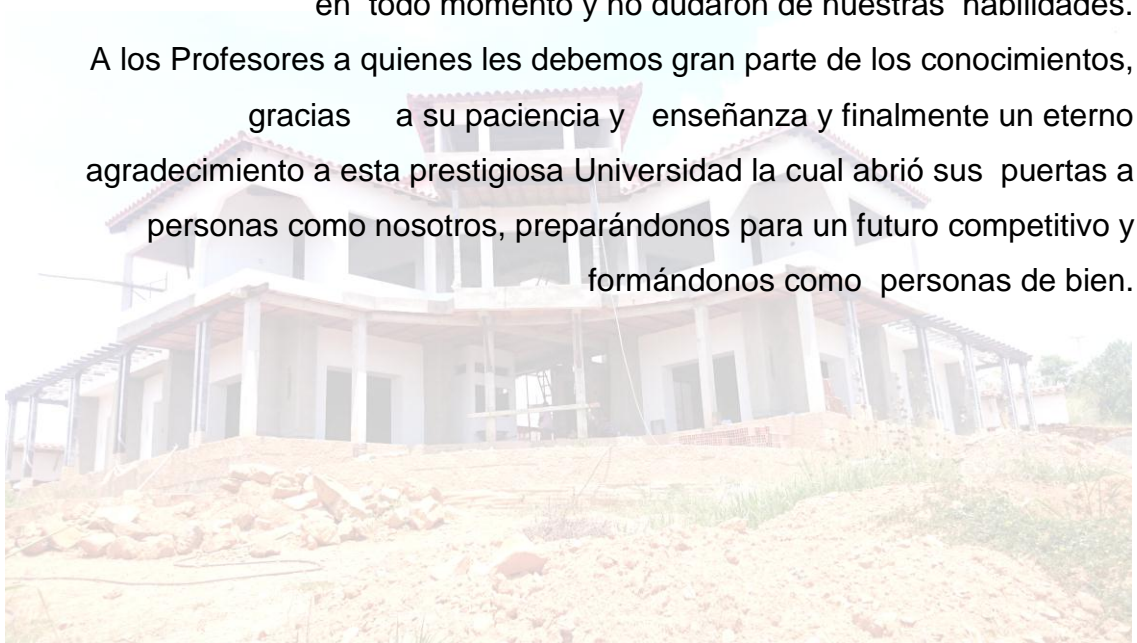
Director

Ph. D. JUAN BENJAMIN DUARTE BAUTISTA

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIAS FISICO-MECANICAS
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BUCARAMANGA
2015**

AGRADECIMIENTOS

Esta Monografía es el resultado del esfuerzo conjunto de los que formamos el grupo de trabajo. Por esto agradecemos a nuestro Director Juan Benjamín Duarte Bautista, a nuestras Familias quienes a lo largo de nuestras vidas han apoyado y motivado nuestra formación académica, creyendo en nosotros en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades. A los Profesores a quienes les debemos gran parte de los conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abrió sus puertas a personas como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.



LUDYN AMANDA MURILLO MORENO

JORGE AUGUSTO LEON TRIANA

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	15
1. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE BARICHARA	
1.1 OBJETIVOS	17
1.1.1 Objetivo General.	17
1.1.2 Objetivos Específicos	18
1.2 JUSTIFICACION	18
1.3 RESEÑA HISTORICA DEL MUNICIPIO DE BARICHARA	19
1.4 UBICACIÓN GEOGRAFICA	21
1.4.1 Población.	21
1.4.2 Economía	22
1.5 EL TURISMO EN BARICHARA	22
1.5.1 Atractivos turísticos de Barichara	23
2. ESTUDIO DE MERCADOS	24
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS	24
2.1.1 Objetivo general del estudio de mercados	24
2.1.2 Objetivos específicos. Del estudio de mercados	24
2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO.	25
2.2.1 Definición.	25
2.2.2 Servicios principales	26
2.2.3 Servicios secundarios.	28
2.2.4 Servicios complementarios.	28
2.2.5 Servicios sustitutos.	29
2.3 MERCADO POTENCIAL Y MERCADO OBJETIVO	31
2.3.1 Mercado Potencial.	31
2.3.2 Mercado Objetivo.	31
2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS	32
2.4.1 La Demanda.	32
2.4.1.1 Ficha técnica de la investigación.	32
2.4.1.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la demanda.	33
2.4.1.3 Análisis de la demanda objetiva actual y demanda potencial actual hotelera del municipio de Barichara.	34
2.4.1.4 Proyección de la Demanda	38
2.4.1.5 Análisis de las características y cualidades de los turistas estudiadas en la Demanda.	40
2.4.2 La Oferta.	41
2.4.2.1 Ficha Técnica de la Oferta.	42
2.4.2.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la oferta	42
2.5 CANALES DE COMERCIALIZACION	47
2.5.1 Estructura de los canales actuales	47
2.5.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	48
2.5.2.1 Ventajas.	48

2.5.2.2 Desventajas.	48
2.5.2.3 Selección de los canales de comercialización	48
2.6 PRECIO	49
2.6.1 Análisis de precios de la competencia.	49
2.6.2 Estrategias de fijación de precios.	49
2.7 PUBLICIDAD Y PROMOCION	49
2.7.1 Objetivos	49
2.7.2 Logotipo.	50
2.7.3 Eslogan.	51
2.7.4 Análisis de medios.	51
2.7.5 Estrategias de Marketing.	52
3. ESTUDIO TECNICO	53
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	53
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	53
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.	53
3.1.3 Capacidad del proyecto.	55
3.1.3.1 Capacidad diseñada.	55
3.1.3.2 Capacidad instalada.	56
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	56
3.2 LOCALIZACIÓN	58
3.2.1 Macrolocalización.	58
3.2.2 Microlocalización	59
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	63
3.3.1 Ficha técnica del servicio que presta el Hotel Boutique MONCORA CAMPESTRE.	64
3.3.2 Descripción técnica del proceso.	64
3.3.3 Diagrama de procedimiento.	65
3.3.4 Control de calidad.	67
3.3.5 Recurso.	67
3.3.5.1 Recurso humano (mano de obra directa).	68
3.3.5.2 Recurso humano (mano de obra indirecta).	68
3.3.5.3 Recurso Físico	69
3.3.5.4 Recurso Insumos.	69
3.3.6 Estudio de proveedores.	70
3.3.7 Distribución en planta.	71
3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	73
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	75
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	75
4.1.1 Constitución legal del hotel.	75
4.2 VISION, MISION, OBJETIVOS, PROCESOS, PRINCIPIOS Y POLITICAS DEL HOTEL	78
4.2.1 Visión.	79
4.2.2 Misión.	79
4.2.3 Objetivos.	79
4.2.4 Procesos	80
4.2.4.1 Proceso Gerencial.	80

4.2.4.2 Proceso de Gestión de talento humano.	81
4.2.4.3 Proceso de compras.	82
4.2.4.4 Proceso de Servicios.	83
4.2.5 Principios.	85
4.2.6 Políticas.	85
4.2.6.1 Políticas de gestión de talento humano.	86
4.2.6.2 Políticas de compras.	86
4.2.6.3 Políticas de prestación de Servicios.	87
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	87
4.3.1 Organigrama.	87
4.3.2 Descripción del perfil de los cargos.	88
4.4 ASPECTOS LEGALES DE LA NORMATIVA HOTELERA A NIVEL NACIONAL	88
4.4.1 Aspectos legales sobre la constitución de la empresa.	88
4.4.2 Normatividad General y relacionada.	89
4.4.3 Gastos de Constitución.	91
5. ANALISIS FINANCIERO	94
5.1 INVERSIONES	94
5.1.1 Inversión fija.	94
5.1.1.1 Terrenos.	94
5.1.1.2 Construcción y edificaciones	94
5.1.1.3 Maquinaria y equipo.	94
5.1.1.4 Muebles y enseres del hotel.	95
5.1.1.5 Herramientas.	95
5.1.1.6 Lencería	95
5.1.1.7 Equipo de oficina.	95
5.1.1.8 Total inversión fija.	95
5.1.2. Inversión diferida.	95
5.1.3. Inversión capital de trabajo.	95
5.1.3.1 Costos de prestación del servicio.	96
5.1.3.2 Gastos de Administración y Ventas	97
5.1.3.3 Total capital de trabajo.	98
5.1.4 Inversión total.	98
5.1.5 Fuentes de financiación	98
5.2 COSTOS.	98
5.2.1 Costos fijos	98
5.2.2 Costos variables.	99
5.2.3 Costos totales.	99
5.2.4 Costos unitarios del servicio.	99
5.3 PRECIO DE VENTA.	99
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	100
5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS	102
5.5.1 Ingresos.	102
5.5.2 Egresos.	103
5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A DIEZ AÑOS	103
5.6.1 Estados de resultados proyectados a 10 años.	103
5.6.2 Balance General proyectados a 10 años.	103
5.6.3 Flujo de Caja proyectados a 10 años.	103

5.7 EVALUACION FINANCIERA	104
5.7.1 Valor Presente Neto VPN.	104
5.7.2 Tasa Interna de Retorno TIR	107
5.7.3 Período de Recuperación.	108
5.8 CALCULO DE RAZONES FINANCIERAS	109
5.8.1 Razón Corriente	109
5.8.2 Razón capital de trabajo.	110
5.8.3 Razón de Endeudamiento.	110
5.8.4 Rotación de Activos.	111
5.8.5 ROE.	112
5.8.6. NOPAT.	112
5.8.7 Margen bruto de utilidad.	113
5.9 CONCLUSIONES SOBRE EL ESTUDIO FINANCIERO	113
6. CONCLUSIONES	117
BIBLIOGRAFIA	119
ANEXOS	120



LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Panorámica del Municipio de Barichara	17
Figura 2. Ubicación geográfica del municipio de Barichara	31
Figura 3. Algunos hoteles sustitutos en la región.	30
Figura 4. Servicios de hospedaje en temporada baja y temporada alta en un año de turismo normal en Barichara.	39
Figura 5. Servicios de hospedaje en un año malo de turismo y un año bueno en Barichara.	46
Figura 6. Logotipo del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE	50
Figura 7. Ubicación del municipio de Barichara en el departamento de Santander	59
Figura 8. Procedimiento para el servicio de hospedaje	66
Figura 9. Distribución de planta del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE	73
Figura 10. Procedimiento para la constitución comercial del hotel	75
Figura 11. Organigrama del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE	87



LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cantidad y tipo de habitaciones	27
Tabla 2. Cantidad y tipo de camas y baños	27
Tabla 3. Hoteles que prestan servicios sustitutos.	29
Tabla 4. Mercado objetivo de turismo en el municipio de Barichara	31
Tabla 5. Servicios de hospedaje en hotel, hostel y camping en Barichara durante los meses de abril, junio y julio.	35
Tabla 6. Días de temporada alta en Barichara.	36
Tabla 7. Proyección de la Demanda de hospedaje en Barichara en un año de turismo normal.	39
Tabla 8. Proyección de la demanda de hospedaje en un año de turismo en temporada baja y temporada alta.	45
Tabla 9. Total de ingresos en temporada Baja, Normal y Alta en el primer año de operación del hotel.	47
Tabla 10. Descripción tamaño del proyecto.	55
Tabla 11. Descripción de la capacidad usada y proyectada.	57
Tabla 12. Descripción de la capacidad usada y proyectada.	58
Tabla 13. Descripción de la capacidad puntuación y ponderación de factores y grados.	61
Tabla 14. Evaluación de los factores de ubicación	63
Tabla 15. Recurso humano necesario para el trabajo operativo del hotel	68
Tabla 16. Recurso humano necesario para el trabajo administrativo del hotel	68
Tabla 17. Insumos necesarios para el correcto funcionamiento del hotel	69
Tabla 18. Proveedores del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE	70
Tabla 19. Gastos legales para la constitución del hotel.	93

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A	ATRATIVOS TURISTICOS DE BARICHARA
ANEXO B	ALGUNOS SERVICIOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS QUE PRESTARA EL HOTEL
ANEXO C	FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA.
ANEXO D	TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA DEMANDA.
ANEXO E	FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA.
ANEXO F	TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OFERTA
ANEXO G	FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE
ANEXO H	RECURSOS FÍSICOS
ANEXO I	ESTANDARIZACIÓN DEL PROCESO GERENCIAL.
ANEXO J	MANUAL DE FUNCIONES
ANEXO K	PROCEDIMIENTO PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA
ANEXO L	DOCUMENTO PRIVADO PARA LA CONSTITUCION DE LA EMPRESA
ANEXO M	ANALISIS FINANCIERO

RESUMEN

TITULO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DEL HOTEL BOUTIQUE MONCORA CAMPESTRE*.

AUTORES: LUDYN AMANDA MURILLO MORENO-JORGE AUGUSTO LEÓN TRIANA.**

PALABRAS CLAVE: PLAN DE NEGOCIOS, INTERES TURISTICO, FACTIBILIDAD, HOTEL CAMPESTRE.

El desarrollo en este plan de negocios, se hace con el fin de realizar el estudio de factibilidad técnica y económica para la creación del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, ubicada en el municipio de Barichara. Este hotel toma su nombre en homenaje a la cuna cultural de la etnia indígena GUANE, conocido actualmente como el corregimiento de Guane adscrito al municipio de Barichara. La idea de este proyecto surge ante la necesidad evidente de ofrecer al turista nacional e internacional un hotel de lujo en este municipio, que preste todos los servicios que un turista exigente necesite para su descanso en medio de un ambiente campestre. En este plan de negocios se hace una presentación inicial del municipio de Barichara con todas sus generalidades y lugares de interés turístico, seguido de un estudio de mercados que caracteriza el comportamiento de la demanda y la oferta junto a cualidades de los turistas. A su vez se desarrolla un estudio técnico para determinar aspectos como el tamaño del proyecto, ubicación del hotel y la distribución de su planta, con el fin de coordinar un espacio físico para la prestación de todos los servicios ofrecidos. Posteriormente se realiza un estudio administrativo y legal que define las cualidades de esta empresa y las necesidades operativas y administrativas de la misma junto a su constitución legal y comercial, al final se realiza un estudio financiero que permite analizar los ingresos esperados en tres panoramas de turismo, el primero con un horizonte pesimista, el segundo con un horizonte normal y el tercero con un horizonte optimista, estableciendo las necesidades de inversión, las fuentes de financiación, los costos, el punto de equilibrio los estados financieros y la evaluación financiera de este proyecto.

*Trabajo de Grado.

**FACULTAD DE INGENIERIAS FISICO – MECANICAS. ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL.
DIRECTOR: JUAN BENJAMIN DUARTE BAUTISTA.

ABSTRACT

TITLE: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DEL HOTEL BOUTIQUE MONCORA CAMPESTRE.*

AUTHORS: LUDYN AMANDA MURILLO MORENO-JORGE AUGUSTO LEÓN TRIANA.**

KEYWORDS: BUSINESS PLAN, INTRES TOURIST PRACTICALITY RURAL HOTEL.

The development in this business plan, is. Done in order to there realizes the study of technical and economic practicality for the creation of the hotel boutique RURAL MONCORA, located in the municipality of Barichara. This hotel this hotel takes its name in homage to the cultural cradle of the indigenous ethnic group GUANE, known at present like the corregimiento of Guane assigned to the municipality of Barichara. The idea of this project arises before the clear need to offer to the national and international tourist a hotel de luxe in this municipality, which gives all the services that a demanding tourist needs for its rest in the middle of a rural ambient. In this business plan there is done an initial presentation of the municipality of Barichara with all its generalities and places of tourist interest, followed by a study of markets that characterizes the behavior of the demand and the offer along with qualities of the tourists. In turn a technical study develops to determine aspects as the size of the project, place of the hotel and the distribution of its plant, in order to coordinate a physical space for the service of all the offered services.

Later there is realized an administrative and legal study that defines the qualities of this company and the operative and administrative needs of the same one along with its legal and commercial constitution, in the end there is realized a financial study that allows to analyze the income expected in three panoramas of tourism, the first one with a pessimistic horizon, the second one with a normal horizon and the third one with an optimistic horizon, establishing the needs for investment, the sources of financing, the costs, the break even the financial conditions and the financial evaluation of this project.

* Graduate work

**Faculty Of physicist – Mechanics.Engineerings. School Of.Industrial Engineering.Director: JUAN BENJAMIN DUARTE BAUTISTA

INTRODUCCIÓN



El desarrollo en este plan de negocios, se hace con el fin de realizar el estudio de factibilidad técnica y económica para la creación del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, ubicada en el municipio de Barichara. Este hotel

toma su nombre en homenaje a la cuna cultural de la etnia indígena GUANE, la cual tenía su principal asentamiento en el territorio MONCORA conocido actualmente como el corregimiento de Guane adscrito al municipio de Barichara. La idea de este proyecto surge ante la necesidad evidente de ofrecer al turista nacional e internacional un hotel de lujo en este municipio, que preste todos los servicios que un turista exigente necesite para su descanso en medio de un ambiente campestre que tenga contacto directo con la naturaleza.

En este plan de negocios se hace una presentación inicial del municipio de Barichara con todas sus generalidades y lugares de interés turístico, seguido de un estudio de mercados que caracteriza el comportamiento de la demanda y la oferta junto a cualidades de los turistas. A su vez se desarrolla un estudio técnico para determinar aspectos como el tamaño del proyecto, ubicación del hotel y la distribución de su planta, con el fin de coordinar un espacio físico para la prestación de todos los servicios ofrecidos.

Posteriormente se realiza un estudio administrativo y legal que define las cualidades de esta empresa y las necesidades operativas y administrativas de la misma junto a su constitución legal y comercial, al final se realiza un estudio financiero que permite analizar los ingresos esperados en tres panoramas de turismo, el primero con un horizonte pesimista, el segundo con un horizonte

normal y el tercero con un horizonte optimista, estableciendo las necesidades de inversión, las fuentes de financiación, los costos, el punto de equilibrio los estados financieros y la evaluación financiera de este proyecto.



1. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE BARICHARA

El reciente nombramiento de Barichara en el año de 1975 como monumento y patrimonio nacional, hacen de este municipio un documento arquitectónico colonial, con uno de los cascos urbanos mejor conservados.

Figura 1. Panorámica del Municipio de Barichara



Fuente: <http://portodosantander.com/barichara/historias.html>

Sus calles empedradas junto a las casonas en tapia y bareque, techo en teja de barro y paredes blancas son una muestra actual de la riqueza arquitectónica e histórica del municipio.

2. OBJETIVOS

A continuación se enuncian los objetivos de este proyecto.

3. Objetivo General. Formular un plan de negocios para la puesta en marcha del hotel Boutique MONCORA Campestre, con el fin de brindar un ambiente íntimo, personalizado y en contacto con la naturaleza, como nueva alternativa de hospedaje a los visitantes del municipio de Barichara.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de mercado que conlleva un estudio de la demanda, oferta, comercialización y precios del mercado en el municipio de Barichara para el montaje del hotel boutique MONCORA campestre.
- Realizar el estudio técnico del proyecto el cual incluirá localización del hotel, aspectos legales, diseño constructivo y funcionamiento operativo del hotel Boutique MONCORA Campestre.



- Definir la estructura organizacional del hotel boutique MONCORA campestre y el perfil del talento humano que ofrecerá el servicio.
- Realizar un estudio de la viabilidad financiera, que permita determinar la inversión requerida, capital de trabajo, financiamiento, evaluación económica, análisis de sensibilidad y análisis de riesgos para el montaje del hotel boutique MONCORA campestre.

1.2 JUSTIFICACION

Barichara es un municipio de Santander (Colombia) ubicado en la provincia de Guanentá. El casco urbano es reconocido por sus construcciones de finales del siglo XVIII; el sector antiguo de la población fue declarado patrimonio cultural del país mediante decreto 1654 de 1978.

Se levantó sobre piedra, sus calles, casas, templos y en especial el cementerio lugar destacado por sus rejas y ventanas son construidos con piedra amarilla.

La catedral de la Inmaculada Concepción en recuerdo a la Virgen de la roca es una obra única.

En Barichara, se celebran festivales de corte nacional e internacional como son el de Talla en Piedra y el Festival de Cine; estos atraen turistas de Colombia y de otros países. Igualmente, se festeja el día del patrimonio Patiamarillo, una fecha en donde se resaltan las actividades, costumbres, tradiciones y oficios que enaltecen la cultura del municipio y que logran mantenerse vivas a través del paso de los años.

Debido a la gran afluencia de turistas que visitan el municipio de Barichara de manera permanente, se concluye que la infraestructura hotelera no alcanza a satisfacer las necesidades de hospedaje, situación que conlleva al desplazamiento de los turistas a municipio aledaños entre ellos San Gil, como alternativa para satisfacer esta necesidad.

El desarrollo de este proyecto es de gran importancia para el sector turístico del municipio de Barichara, por que brinda una alternativa de hospedaje de ambiente íntimo, personalizado y en contacto con la naturaleza a los turistas o visitante que asisten a los eventos culturales organizados en el pueblito más lindo de Colombia. De igual forma, coadyuva con el desarrollo socioeconómico del municipio de Barichara, especialmente en el sector rural.

Como estudiantes de posgrado de Alta Gerencia, la elaboración o formulación de este plan de negocios permitirá afianzar los conocimientos adquiridos en el desarrollo del pensum académico.

1.3 RESEÑA HISTORICA DEL MUNICIPIO DE BARICHARA

La historia de la fundación de este municipio, data del año 1702, y cuenta que un campesino de la región, encontró tallada en una piedra a la Virgen María, el

encuentro se popularizó y los campesinos convirtieron la roca en un objeto de veneración, haciendo que los habitantes del lugar decidieran levantar una iglesia en el lugar donde fue hallada la roca, para que posteriormente el señor Don Francisco Pradilla y Ayerbe fundara una pequeña aldea en el año de 1705.³

En sus inicios este municipio se llamó Vara-Florida, luego Vara-Echada y finalmente Barichara, que en el dialecto Guane significa “Lugar para el descanso”, su construcción se inició con la donación de tierras hechas por Don Francisco Pradilla y Eyerbe a la Virgen de la Piedra, convirtiéndose su hijo Don José Martín Pradilla en el primer administrador de estas, adjudicando obras a nuevas familias, a cambio de limosnas para la devoción de la Virgen de la piedra. De esta manera empezó la construcción de casas alrededor de la iglesia erigida en el lugar donde estaba ubicada la roca. En el año de 1800 los habitantes de Barichara pidieron al Virrey Mendieta que la aldea construida, se nombrara villa con total independencia del municipio de San Gil, dándole por nombre “Villa de San Lorenzo de Barichara“. Al llegar la independencia de la corona española se desconoció este nombramiento, pero en el año de 1821 el Libertador convertido en Presidente la volvió a nombrar villa.

En el año de 1802 fallece Don Francisco Martín Pradilla y Eyerbe, siendo sepultado en el presbiterio de la iglesia de la Inmaculada Concepción de Barichara, iglesia que fue iniciada por él y actualmente es considerada actualmente como una de las más hermosas de Colombia, donde se destaca su fachada, la cual es construida totalmente en piedra, con torres cuadradas y una cúpula, similar a la del Vaticano.

En mayo de 1975, Barichara recibe el calificativo del “Pueblito más lindo de Colombia” y mediante la resolución 005 de 30 de Junio de 1975 fue declarada “Monumento Nacional”, radicado con el decreto No. 1564 de agosto 3 de

³ Internet <<http://es.wikipedia.org/wiki/Barichara>> Sistema Nacional de Información Cultural

1978⁴, justificado en la arquitectura urbana informal a la manera andaluz, presentando un buen estado de conservación del trazado urbano original, de la construcción de finales del siglo XVIII y del ambiente propio de esa época.

1.4 UBICACIÓN GEOGRAFICA

El Municipio de Barichara tiene su ubicación en la parte Suroriental del Departamento de Santander, esta establecido sobre una meseta inclinada al lado derecho del río Sogamoso. Barichara está ubicada a 21 Kilómetros de San Gil, 9 kilómetros de Guane, 118 Kilómetros de Bucaramanga y 445 Kilómetros de Bogotá. Tiene una altitud de 1300 metros sobre el nivel del mar y una temperatura promedio 30 °C.⁵

Figura 2. Ubicación geográfica del municipio de Barichara



Fuente: Guía Turística Santander Colombia. Ministro de Comercio, Industria y Turismo

1.4.1 Población. El censo del año 2005, definió que el municipio de Barichara tenía 7.063, con una población urbana de 2.588 y una población rural de 4475

⁴ Internet <<http://www.portodosantander.com/barichara/historias.html>> Club del turismo

⁵ Internet <http://es.wikipedia.org/wiki/Santander_%28Colombia%29>

habitantes. De los habitantes urbano el 41,1% son hombres es decir 1.141 personas y el 55,9% es decir 1.447 personas son mujeres.⁶

1.4.2 Economía. En el municipio de Barichara la economía se basa en el sector primario, secundario y terciario, tal como se describe a continuación.⁷

- **Sector Primario.** El área urbana de Barichara tiene como base de su desarrollo socioeconómico el comercio, manufacturas, artesanías y alfarería, hoy en día se le suma las actividades enfocadas al turismo, en el área rural la economía depende de la agricultura y la ganadería.

- **Sector Secundario.** En este sector Barichara participa con el predominio de la microempresa y de la industria artesanal, de las 354 microempresas existentes en el municipio 50% (177), son de carácter artesanal, el 22.6% se dedican a la alfarería y el 9.6% a la talla en piedra.

- **Sector Terciario.** En este sector Barichara participa con las actividades de comercio y servicios, entre los cuales se destaca el sector turístico y hotelero y el sector financiero.



1.5 EL TURISMO EN BARICHARA

El turismo hacia Barichara, tiene sus inicios desde su nombramiento como monumento nacional, hace aproximadamente 40 años, desde esta época el turismo ha ido en aumento, pero debido a que no existe una organización empresarial de impulso turístico a excepción de unos pequeños negocios que

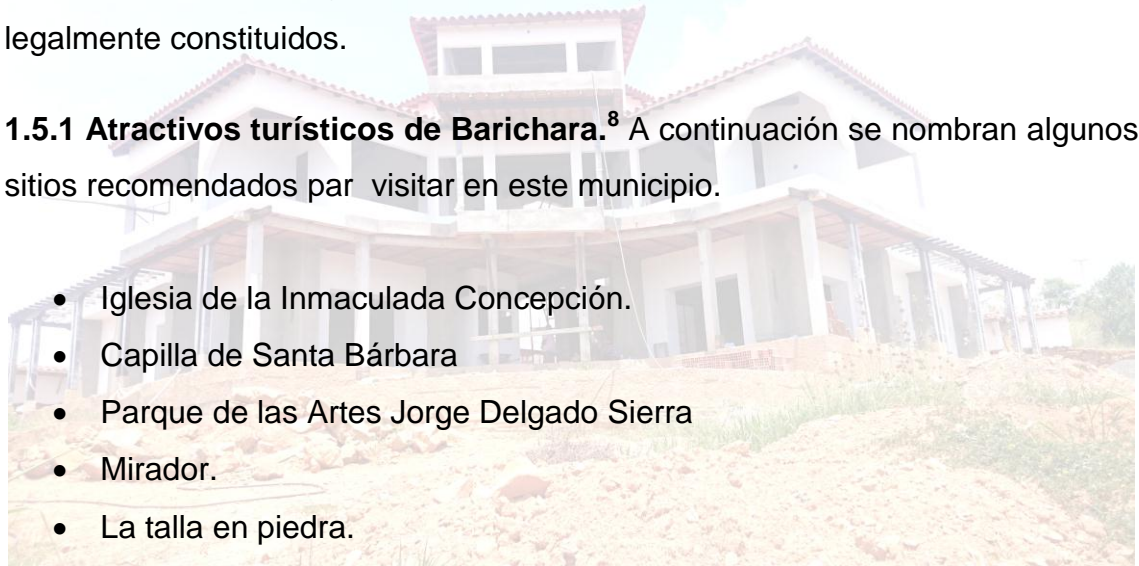
⁶ DANE. Censo año 2005.

⁷ Internet <<http://www.barichara-santander.gov.co/nuestromunicipio.shtml>>

ofrecen opciones como recorridos turísticos coloniales, aventura, caminatas ó ciclo montañismo, no se ha podido expandir, disminuyendo la posibilidad de encontrar estudios reales que cuantifique y cualifiquen la actividad turística en este municipio.

Los turistas que visitan Barichara lo hacen en busca de tranquilidad, descanso, arte colonial y republicano, obras talladas en piedra incluyendo sus calles empedradas. Desde el punto de vista administrativo, la actividad turística de Barichara ha recibido apoyo, pero requiere que el gobierno de Santander por medio del Fondo de Promoción Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, invierta más recursos en la promoción nacional e internacional del municipio haciendo auge en el hospedaje reglamentario que ofrecen los hoteles legalmente constituidos.

1.5.1 Atractivos turísticos de Barichara.⁸ A continuación se nombran algunos sitios recomendados par visitar en este municipio.



- Iglesia de la Inmaculada Concepción.
- Capilla de Santa Bárbara
- Parque de las Artes Jorge Delgado Sierra
- Mirador.
- La talla en piedra.
- Casa de Aquileo Parra.
- Escuela taller de artes y oficios de Barichara.

Su descripción se puede ver en el Anexo 1.

⁸ Guía Turística Santander Colombia. Ministro de Comercio, Industria y Turismo

2. ESTUDIO DE MERCADOS

Este capítulo describe, las estrategias que tienen los autores del proyecto para desarrollar el análisis mercantil de servicios que prestará el hotel Boutique Moncora Campestre, ubicado sector rural del municipio de Barichara. Los servicios de hospedaje que ofrecerá el hotel van dirigido a los turistas que visitan el municipio de Barichara y demás pueblos circunvecinos de la provincia Guanentina, constituyéndose en un elemento fundamental para la viabilidad del proyecto.

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS

A continuación se describe el objetivo general y los objetivos específicos del estudio de mercados.

2.1.1 Objetivo general del estudio de mercados. Realizar un estudio de mercados para la creación del hotel Boutique Moncora Campestre, empresa especializada en prestación de servicios de Hospedaje para el Municipio de Barichara, analizando fuentes de información secundaria, para desarrollar los estudios de oferta y demanda.

2.1.2 Objetivos específicos del estudio de mercados.

Investigar la información general sobre la demanda turística que tiene el municipio de Barichara y sus alrededores, mediante solicitudes hechas a los diferentes hoteles de la zona y a oficinas e instituciones de carácter privado y público que manejan el sector cultural, hotelero y turístico de la región, con el fin de establecer el mercado potencial y objetivo de esta.

Recopilar y analizar la información general sobre la oferta hotelera que hay en el municipio de Barichara y sus alrededores, por medio de solicitudes hechas a instituciones de carácter público y privado, y a los mismos hoteles, con el fin de conocer las características de los servicios que se prestan.

Investigar el género, edad, lugar de procedencia y ocupación del huésped con el fin de complacerlos y ofrecerles siempre el mejor servicio, al mejor precio posible.

Determinar el precio del servicio de hospedaje en temporada baja y temporada alta, haciendo un análisis de precios en la competencia para las dos temporadas, con el fin de buscar información que permita estimar el punto de equilibrio conveniente entre el valor del servicio y los gastos del hotel.

Seleccionar las estrategias de marketing adecuadas, junto al eslogan y logotipo del hotel, con el fin de promover la publicidad necesaria en radio y televisión que permita llegar a la mayor audiencia posible.

2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO.

A continuación se describe la totalidad de los servicios principales, secundarios y complementarios que prestará el hotel Boutique Moncora Campestre, a su vez se enuncian los hoteles que brindan servicios similares en los municipios más cercanos a Barichara.

2.2.1 Definición. El servicio que se ofrecerá, consiste en un establecimiento de hospedaje para viajeros y turistas que visitan transitoriamente la población del municipio Barichara y la provincia Guanentá, este establecimiento es el hotel Boutique Moncora Campestre. En este hotel se brindará el servicio de hospedaje campestre y el huésped puede estar en contacto con la naturaleza, bajo un ambiente íntimo y personalizado que satisface las necesidades de

alojamiento, descanso, confort y diversión. El hotel Boutique Moncora Campestre es una nueva propuesta para los turistas nacionales y extranjeros que desean disfrutar de un cómodo descanso en un acogedor estilo campestre.

2.2.2 Servicios principales. El hotel Boutique Moncora Campestre contará con instalaciones físicas en correcto estado y personal competente para prestar un excelente servicio. Entre los servicios principales se ofrecerá el servicio de alojamiento mediante confortables habitaciones de acomodación doble y acomodación familiar, debido a la naturaleza del mercado, ofreciendo comodidad, tranquilidad, ambiente íntimo, personalizado y en contacto con la naturaleza durante los días de estadía de los huéspedes. De igual forma el hotel boutique ofrecerá servicios de lujo para sus huéspedes, como lo es el servicio de restaurante con variedad de platos típicos de la región; parqueadero privado, guía turístico, piscina para niños y adultos, cajilla de seguridad, bar, minibar, salón de conferencias, gimnasio, masajes, spa, jacuzzi, juegos infantiles, lavandería, capilla, área de fumadores, planta de tratamiento de agua, salón de conferencias, hospedaje de mascotas, zona campestre, zona de asados, zonas verdes con jardines y árboles frutales típicos de la región. Algunos servicios principales que presta el hotel se pueden observar en el Anexo 2.

Las habitaciones del hotel contarán con baño privado, agua caliente e implementos de aseo personal, completamente amobladas con camas King Sise, Queen, Dobles, Sencillas, Camarotes, Sofacamás, dependiendo del tipo de habitación. También tendrán closet, lencería, mesas de noche, sillas auxiliares, teléfono, televisión por cable, minibar y wifi. El número de habitaciones que tendrá el hotel Boutique Moncora Campestre, se estimaron basándose en demanda turística observada durante años anteriores y se evidenciarán en la siguiente tabla.

Tabla 1. Cantidad y tipo de habitaciones

Tipo de Habitación	Número de Habitaciones	Capacidad Máxima de Personas	Total de Personas por Noche
Doble (sencilla)	13	2	26
Suite	2	2	4
Familiar	1	5	5
Total	16		35

El número de camas que tendrá el hotel Boutique Moncora Campestre, se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 2. Cantidad y tipo de camas y baños



Descripción	Cantidad
Camas King Size	3
Camas Queen	5
Camas Dobles	3
Camas Sencilla	11
Camarotes	1
Sofacamás	2
Baños	19

2.2.3 Servicios secundarios. Los huéspedes durante su estadía tendrán a su disposición planes de turismo y caminatas ambientales alrededor de Barichara y los municipios cercanos, la información será suministrada en la recepción y en la sala de espera a través de folletos turísticos entregados por el administrador, recepcionista y botones. Para los turistas que viajan en transporte público, y hacen las reservas respectivas con anterioridad, el hotel contará con el servicio de recepción desde el terminal de transporte, donde un botón lo recibirá y trasladará hasta el hotel, para mayor seguridad y confort del visitante. Una vez el huésped entre al hotel, se le informará acerca de las actividades turísticas que se programan y sus respectivos costos.

En el Anexo 2 se puede observar algunas de las actividades de turismo ambiental que ofrecerá el portafolio de expedición del hotel.

2.2.4 Servicios complementarios. Por cada día de hospedaje en el hotel, la administración ofrecerá de manera gratuita, desayuno para los huéspedes de cada habitación, este desayuno al igual que el almuerzo y comida se basa en platos típicos de la región y se sirve de 6: 30 a.m. a 10 a.m.

El hotel Boutique Moncora Campestre, cualquier día de la semana prestará el servicio de recepción de cumpleaños, bodas, bautizos, primeras comuniones y confirmaciones para aquellas familias que quieran pasar estas fechas especiales en condiciones de comodidad y seguridad. A su vez prestará el servicio de alquiler de salones para reuniones, conferencias y congresos de estudiantes y profesionales que se encuentren vinculados a una institución educativa o empresa, también será sede de convivencias.

El hotel se identificará por sus áreas campestres, las cuales permiten ofrecer el servicio de camping, para aquellos huéspedes que deseen pasar los días y noches en contacto con la naturaleza. Este servicio contará con zonas adecuadas para este tipo de turista, las cuales incluirán baños, sitios para

fogatas y lockers para guardar las pertenencias. Como complemento a la zona de camping, se ubicará un área de hamacas para el descanso de los huéspedes, inicialmente, esta área contará con cinco hamacas, las cuales serán de uso provisional, sin intervención de la administración, pues su ocupación va incluida dentro de los servicios ofrecidos a los clientes.

2.2.5 Servicios sustitutos. Al igual que ésta propuesta hotelera, también existen otros lugares donde los visitantes del municipio de Barichara y de sus alrededores se pueden hospedar, estos lugares van desde centros de albergue, moteles, pensiones, posadas, cabañas hasta hoteles; los cuales en su gran mayoría no son comparables al servicio, amabilidad, seguridad y confortabilidad que el hotel Boutique Moncora Campestre, ofrecerá a sus visitantes. Sin embargo existen unos cuantos hoteles en los municipios de Barichara, San Gil y Villanueva, con diferente capacidad al hotel Boutique Moncora Campestre, que brindan servicios de hospedaje a turistas con precios y servicios muy similares. En la tabla a continuación se nombran los hoteles que por la calidad de sus servicios, puede sustituir al hotel Boutique Moncora Campestre.



Tabla 3. Hoteles que prestan servicios sustitutos.

BARICHARA	
Hotel	
Casa del Marqués de Bahiachala	
Hicasua	
Finca buenos aires	
Terra Barichara	
Campestre el Santuario	
SAN GIL	
Hotel	

Camino real
Monchuelo SPA
Campestre Santa Catalina
Wassiki Campestre
VILLANUEVA
Hotel
Las Rocas

Estos hoteles son conocidos en la región por su excelente servicio y apariencia, algunos de estos hoteles se pueden observar en la siguiente figura.

Figura 3. Algunos hoteles sustitutos en la región.



2.3 MERCADO POTENCIAL Y MERCADO OBJETIVO

A continuación se describe la cantidad de turistas que pueden incluirse dentro del estudio del mercado potencial y el mercado objetivo.

2.3.1 Mercado Potencial. El hotel Boutique Moncora Campestre, encuentra como su mercado potencial base, a todos los turistas que visitan el municipio de Barichara y sus alrededores; pero este mercado potencial base se complementa con todas las personas, niños, jóvenes y adultos que deseen disfrutar los servicios de hospedaje principales, secundarios y complementarios que el hotel ofrece.

2.3.2 Mercado Objetivo. Debido a que no todos los turistas que visitan el municipio de Barichara y sus alrededores se quedan en hotel, el mercado objetivo base se enfoca en todos los turistas que vienen al municipio de Barichara y se hospedan en hotel o realizan camping, este mercado objetivo base proyecta su complemento en los turistas que se hospedan en hostales, por medio de estrategias comerciales cuando la temporada lo amerite. Para cuantificar este mercado, se cuenta con información suministrada por el punto de información turística de Barichara, la cual consiste en una base de datos para los meses de abril, junio y julio del presente año. La siguiente tabla muestra la cantidad de turistas que se acercaron al municipio de Barichara en los meses de abril, junio y julio.

Tabla 4. Mercado objetivo de turismo en el municipio de Barichara

BARICHARA				
MES	NUMERO DE TURISTAS	HUESPEDES DE HOTEL	HUESPEDES DE CAMPING	HUESPEDES DE HOSTAL
Abril	337	103	3	17
Junio	225	74	7	26
Julio	544	186	7	22

2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS

A continuación se presenta el estudio de Demanda y Oferta de servicios de hotelería en el municipio de Barichara y sus alrededores. Se hace el análisis de la demanda y la oferta a partir de fuentes secundarias como son los hoteles del municipio, la Corporación Barichara de Cultura y turismo, COTELCO y el Punto de Información Turística, que es una oficina de información al turista de la alcaldía municipal de Barichara.

2.4.1 La Demanda. En Colombia, Santander y Barichara, el sector hotelero y turístico se caracteriza por su constante evolución y competitividad debido a los grandes ingresos que genera este renglón económico. Por ello, dilemas como la cantidad de posibles huéspedes en las diferentes temporadas del año, así como sus gustos culturales y sus preferencias al divertirse, deben ser conceptos a tener en cuenta para la investigación de mercados a desarrollar.

El estudio de la demanda es generado por la necesidad que presenta, esta investigación de mercados; esta necesidad consiste en darle solución a preguntas planteadas a raíz de los dilemas expuestos anteriormente. Estas preguntas se describen a continuación:

1. ¿Cuál es el número de turistas que visitan el municipio de Barichara y se hospedan en hotel, hostel y/o camping?
2. ¿Cuánto tiempo dura el turista de visita en el municipio?
3. ¿Cuál es el género del turista?
4. ¿Cuál es la edad del turista?
5. ¿Cuáles es el lugar de procedencia del turista?
6. ¿Cuáles es la ocupación del turista?

3. **Ficha técnica de la investigación.** En el Anexo 3 describe el tipo de investigación que se desarrolló para el estudio de la demanda.

2.4.1.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la

demanda. El análisis se hace a partir de dos fuentes secundarias, entregadas por la oficina de cultura y turismo de la alcaldía de Barichara, donde se le hace un seguimiento a este renglón económico en este municipio durante los meses de abril, junio y julio del presente año. Este análisis se puede ver en el Anexo 4.

La fuente uno es una base de datos con la cual se hará el análisis de las dos primeras preguntas planteadas en el tem 2.4.1, las cuales intervienen en la estimación de la demanda turística que actualmente existe en Barichara durante la temporada alta y la temporada baja

4. ¿Cuál es el número de turistas que visitan el municipio de Barichara y se hospedan en hotel, hostel y/o camping?

Durante el mes de abril, solo el 28,79% de los turistas que visitan Barichara se hospedan en hotel, mientras un 6,9 % se hospedan en hostel y un 0,93% se hospedan en camping.

Durante el mes de junio, solo el 34,22% de los turistas que visitan Barichara se hospedan en hotel, mientras un 11,56 % se hospedan en hostel y un 3,11% se hospedan en camping.

Durante el mes de julio, solo el 34,19% de los turistas que visitan Barichara se hospedan en hotel, mientras un 4,04 % se hospedan en hostel y un 1,29% se hospedan en camping.

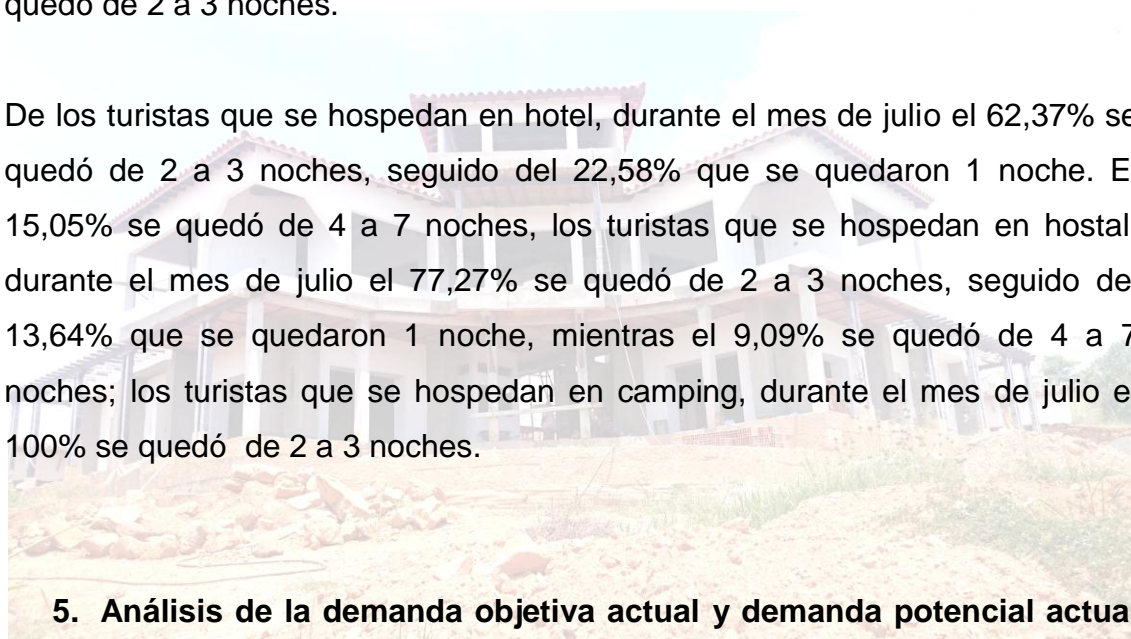
2. ¿Cuánto tiempo dura el turista de visita en el municipio?

De los turistas que se hospedan en hotel, durante el mes de abril el 58,06% se quedó de 4 a 7 noches, seguido del 39,78% que se quedaron de 2 a 3 noches. El 2,15% solo se quedó una noche; los turistas que se hospedan en hostel,

durante el mes de abril el 40% se quedó de 4 a 7 noches, el 50% que se quedaron de 2 a 3 noches. El 10 % solo se quedó una noche; los turistas que se hospedan en camping, durante el mes de abril el 100% se quedaron de 2 a 3 noches.

De los turistas que se hospedan en hotel, durante el mes de junio el 85,71% se quedó de 2 a 3 noches, seguido del 6,49% que se quedaron de 8 a 15 noches; los turistas que se hospedan en hostel, durante el mes de junio el 50% se quedó de 2 a 3 noches, seguido del 40% que se quedaron de 4 a 7 noches, los turistas que se hospedan en camping, durante el mes de junio el 100% se quedó de 2 a 3 noches.

De los turistas que se hospedan en hotel, durante el mes de julio el 62,37% se quedó de 2 a 3 noches, seguido del 22,58% que se quedaron 1 noche. El 15,05% se quedó de 4 a 7 noches, los turistas que se hospedan en hostel, durante el mes de julio el 77,27% se quedó de 2 a 3 noches, seguido del 13,64% que se quedaron 1 noche, mientras el 9,09% se quedó de 4 a 7 noches; los turistas que se hospedan en camping, durante el mes de julio el 100% se quedó de 2 a 3 noches.



5. Análisis de la demanda objetiva actual y demanda potencial actual

hotelera del municipio de Barichara. La temporada alta de turismo de Barichara, se compone de los fines de semana, días festivos, festivales, eventos, ferias y fiestas y vacaciones en Semana Santa y Julio y Diciembre. La temporada baja son el resto de días del año.

La siguiente tabla resume la cantidad de turistas en los meses de abril, junio y julio en el municipio de Barichara, hospedados en hotel, hostel y camping.

Tabla 5. Servicios de hospedaje en hotel, hostel y camping en Barichara durante los meses de abril, junio y julio.

SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN ABRIL						
HOTEL			HOSTAL		CAMPING	
DIAS	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
1 noche	2	2	2	2	0	0
2 a 3 noches	37	74	10	20	3	6
4 a 7 noches	54	270	8	40	0	0
TOTAL SERVICIOS		346		62		6

SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN JUNIO						
HOTEL			HOSTAL		CAMPING	
DIAS	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
1 noche	2	2	5	5	0	0
2 a 3 noches	66	132	21	42	7	14
4 a 7 noches	4	20	0	0	0	0
8 a 15 noches	5	25	0	0	0	0
TOTAL SERVICIOS		179		47		14

SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN JULIO						
HOTEL			HOSTAL		CAMPING	
DIAS	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
1 noche	42	42	3	3	0	0
2 a 3 noches	116	232	17	34	7	14
4 a 7 noches	28	140	2	10	0	0
TOTAL SERVICIOS		414		47		14

La siguiente tabla muestra los días de temporada alta en Barichara

Tabla 6. Días de temporada alta en Barichara.

MES	DIAS	FESTIVOS	DIAS DE FINES DE SEMANA
ENERO	5	2	9
FEBRERO	1		8
MARZO		1	9
ABRIL	3	2	8
MAYO		2	10
JUNIO		3	8
JULIO	15	1	8
AGOSTO	1	2	10
SEPTIEMBRE	5		8
OCTUBRE		1	9
NOVIEMBRE		2	9
DICIEMBRE	15	2	8
TOTAL	45	18	104
GRAN TOTAL			167

Estos días corresponden a las siguientes fechas, las cuales se complementan con los días festivos que hay anualmente en Colombia.

Enero (último domingo). Día del patrimonio cultural “Patiamarillo”

Febrero 11. Día de la virgen de la piedra. Se rinde homenaje a la patrona de los talladores.

Marzo/Abril. Celebración de la semana santa.

Agosto 10. Día de san Lorenzo Mártir, patrono de Barichara.

Agosto (festivo). Barichara, punto de encuentro.

Septiembre (segunda semana). Festival del cine verde de Barichara. FESTIVER.

Octubre (festivo). Ferias y fiestas de la solidaridad y el retorno.

Diciembre 8. Día de la inmaculada Concepción, patrona de Barichara.

Diciembre 13. Día de la Inmaculada Concepción, patrona de Barichara

Diciembre (última semana). Festival de música de Barichara

Como se puede observar se cuenta con 167 días de temporada alta y con 198 días de temporada baja para el turismo en Barichara.

En las tablas llamadas servicios de hospedaje para abril, junio y julio, se puede ver que hay 179 servicios de hotel para el mes de junio, mientras que para abril hay 346 y para julio hay 414. Como se puede observar en las fechas de las fiestas descritas anteriormente no hay celebraciones en junio y tampoco hay muchos servicios de hotel comparado con abril y julio, por lo tanto se asumirán las condiciones de turismo del mes de junio como modelo de temporada baja y las condiciones promedio de turismo del mes de abril y julio como modelo de temporada alta.


Lo anterior permite concluir que Barichara tiene 7 meses de temporada turística baja y 5 meses de temporada turística alta, con una prestación de servicios hoteleros de 179 por mes, para temporada baja y 380 por mes en temporada alta. Esto genera una demanda objetiva actual de 3153 hospedajes en los hoteles de Barichara por año, de los cuales 1253 se harán en temporada baja y 1900 en temporada alta, si toda esta demanda la acogiera el hotel boutique Moncora Campestre cuya disponibilidad es de 35 huéspedes, se tendría ocupado el hotel durante 90 días es decir solo una cuarta parte del año, esto representa un 24,68% del potencial instalado en el hotel para todo el año; por lo tanto se crea la necesidad de hacer una gran campaña publicitaria que permita aumentar este porcentaje por medio de los servicios secundarios y complementarios que presta el hotel.

A pesar de que a Barichara durante el mes de abril, junio y julio del presente año llegaron 1092 turistas, compuestos por nacionales y extranjeros, solo 356 se alojaron en hotel, el resto se albergaron en otros tipos de hospedajes como hostales, posadas turísticas, vivienda familiar, vivienda turística, apartahotel, alojamiento rural o camping.

Si se considera que el hotel boutique Moncora Campestre, presta servicios de camping y se considera a los turistas que se hospedan en hostales, se puede considerar una demanda potencial actual de 240 por mes, para temporada baja y 445 por mes en temporada alta, aumentando la demanda actual a 3905

hospedajes en los hoteles de Barichara por año, de los cuales 1680 se harán en temporada baja y 2225 en temporada alta, al igual que lo descrito anteriormente si toda esta demanda la acogiera el hotel boutique Moncora Campestre cuya disponibilidad es de 35 huéspedes, se tendría ocupado el hotel durante 112 días es decir, aproximadamente una tercera parte del año, esto representa un 30,57% del potencial instalado en el hotel para todo el año.

Como se puede notar hay una gran demanda insatisfecha a nivel hotelero por cubrir, la cual está alrededor del 67,39 % pues de los 1092 turistas registrados en la base de datos que se tiene como fuente, 756 no usan el hotel como lugar de hospedaje. Esto solo se puede controlar por medio de estrategias comerciales y publicitarias, ayudadas por políticas de gobierno que impulsen al turista a hospedarse en hoteles legales y registrados, pues según el informe de turismo de Diciembre del 2014, expuesto por la oficina de estudios económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la Presidencia de la República de Colombia; el departamento de Santander tiene una ocupación hotelera del 44% según cifras de COTELCO



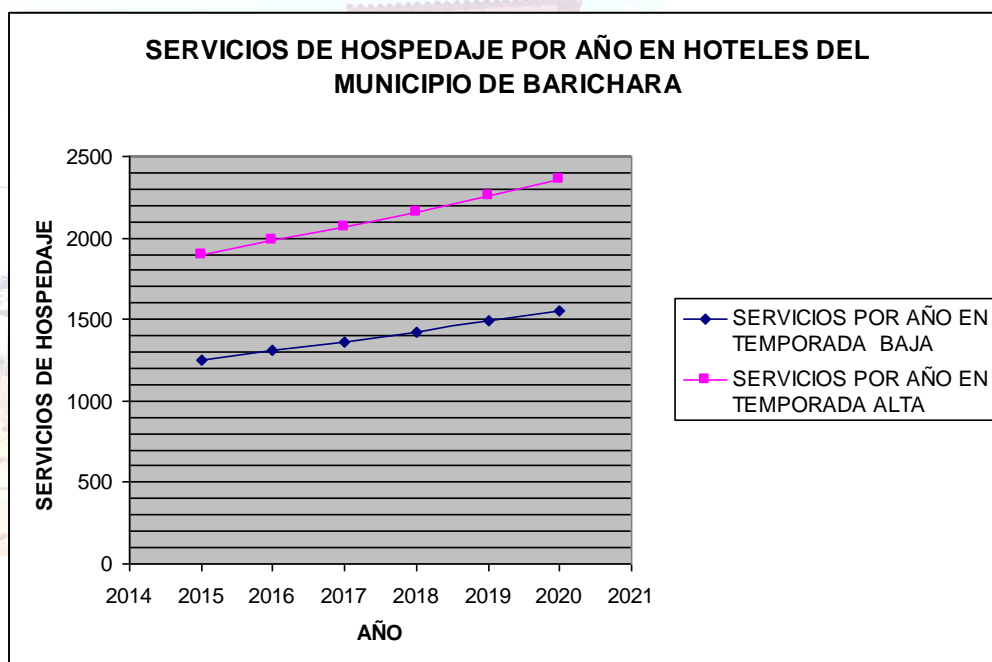
6. Proyección de la Demanda. Según el Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018 del Departamento de Planeación Nacional y del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la Presidencia de la República de Colombia, la Organización Mundial del Turismo – OMT, pronostica que durante los próximos diez años el sector turístico mundial incluyendo a Colombia crecerá un 4,4 % anual frente a un 3,5 % del PIB mundial.

Este incremento poblacional es el que se usará para calcular la proyección de la demanda turística anual del municipio de Barichara. Este cálculo se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 7. Proyección de la Demanda de hospedaje en Barichara en un año de turismo normal.

AÑO	SERVICIOS POR AÑO EN TEMPORADA BAJA	SERVICIOS POR AÑO EN TEMPORADA ALTA
2015	1253	1900
2016	1308	1984
2017	1366	2071
2018	1426	2162
2019	1489	2257
2020	1554	2356

Figura 4. Servicios de hospedaje en temporada baja y temporada alta en un año de turismo normal en Barichara.



Los servicios de hotel solicitados por los turistas en temporada baja se pueden calcular por la siguiente ecuación lineal desarrollada a partir de la ecuación punto- pendiente, la cual está en función del tiempo, y toma como punto el año 2015, pues es el año que proporcionó la información de la demanda, como pendiente se toma el incremento del 4,4% indicado por la OMT.

Pendiente = 4,4% = 55,132

$$Y - 1253 = 55,132 (X - 2015)$$

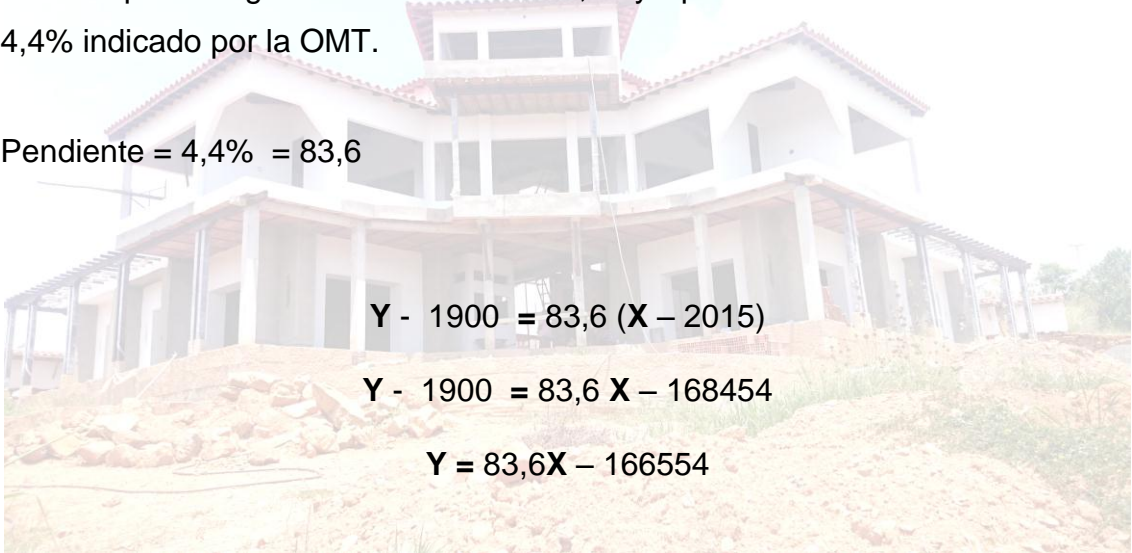
$$Y - 1253 = 55,132 X - 111091$$

$$Y = 55,132X - 109838$$

Donde **X** representa el año y **Y** cantidad de servicios para el año 2015

Los servicios de hotel solicitados por los turistas en temporada alta se pueden calcular por la siguiente ecuación lineal, cuya pendiente es el incremento del 4,4% indicado por la OMT.

Pendiente = 4,4% = 83,6


$$Y - 1900 = 83,6 (X - 2015)$$

$$Y - 1900 = 83,6 X - 168454$$

$$Y = 83,6X - 166554$$

Donde **X** es el año y **Y** la cantidad de servicio de hotelería solicitado por los turistas en el municipio de Barichara

2.4.1.5 Análisis de las características y cualidades de los turistas estudiadas en la Demanda. La fuente secundaria número dos enunciada anteriormente, es un informe que la Corporación Barichara desarrolló acerca de la vocación turística del municipio, este informe es un análisis de una encuesta desarrollada a 50 turistas del municipio, complementado con un análisis que responde a las preguntas 3, 4, 5 y 6 del mismo tem y describen el perfil del turista. Este análisis se puede observar en el Anexo 4.

1 . ¿Cuál es el género del turista?

El 72% de los turistas que visitan Barichara son mujeres, mientras el 28% son hombres

2 . ¿Cuál es la edad del turista?

El 42,55% de los turistas que visitan Barichara están entre los 26 y 35 años de edad, mientras el 17,02% tienen de 36 a 45 años de edad, compartido con turistas de 45 a 60 años de edad.

3. Cuáles es el lugar de procedencia del turista?

La mayoría de turistas que visitan Barichara provienen de Bogotá, con un 42%, mientras solo un 10% proviene de Bucaramanga y Medellín. El 6% de los turistas son extranjeros

4. ¿Cuáles es la ocupación del turista?

Como se puede notar en la grafica anterior la mayoría de turistas son profesionales y empleados solo un 12% no responden, 2% artesano, 2% estudiante y un 6% estan dedicados al hogar, por lo tanto el 78% de los turistas tienen capacidad adquisitiva de medio y alto nivel, y son clientes potenciales para el Hotel Boutique Moncora Campestre.

7. **La Oferta.** La oferta a estudiarse para esta propuesta es la que genera el municipio de Barichara, San Gil y Villanueva debido a su proximidad, esta oferta de hospedaje tiene varios estatus que varían dependiendo de los servicios, confort y seguridad que se presta al hospedar al turista. A su vez muchos de los hospedajes que se ubican en el municipio de Barichara, San Gil y Villanueva, no tienen registro comercial,

convirtiéndolos en competencia desleal para el hotel boutique Moncora Campestre.

El estudio de la oferta es generado por la necesidad que presenta, esta investigación de mercados; esta necesidad se ve reflejada en las preguntas que se describen a continuación.

8. ¿Cuáles son los hoteles que prestan servicios similares a los proyectados por el hotel boutique Moncora Campestre?

9. ¿Qué tipo de habitaciones tienen los hoteles seleccionados?

10. ¿Cuál es la capacidad de hospedaje de estos hoteles?

11. ¿Cuáles son las tarifas que manejan los hoteles seleccionados?

12. **Ficha Técnica de la Oferta.** En el Anexo 5 se describe el tipo de investigación que se desarrolló para el estudio de la oferta.

2.4.2.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la oferta

Los resultados del análisis de la oferta para el municipio de Barichara, San Gil y Villanueva, se pueden observar en el Anexo 6.

13. ¿Cuales son los hoteles que prestan servicios similares a los proyectados por el hotel boutique Moncora Campestre?

En Barichara están los siguientes hoteles.

- CASA DEL MARQUES DE BAHIACHALA
- HICASUA
- FINCA BUENOS AIRES
- TERRA BARICHARA
- CAMPESTRE EL SANTUARIO

En San Gil están los siguientes hoteles.

- CAMINO REAL
- MONCHUEO SPA
- CAMPESTRE SANTA CATALINA
- WASSIKI CAMPESTRE

En Villanueva está el hotel

- LAS ROCAS

2. ¿Que tipo de habitaciones tienen los hoteles seleccionados? En Barichara se tienen hoteles con habitaciones dobles, triples, cuádruples y quíntuples, en San Gil se tienen hoteles con habitaciones doble estándar, doble lujo, doble preferencial, triples, cuádruples, y quíntuples, en Villanueva se tienen hoteles con habitaciones doble, triple, cabaña cuádruple, cabaña quíntuple, cabaña seis pax, cabaña siete pax y cabaña ocho pax.

3. ¿Cual es la capacidad de hospedaje de estos hoteles? En Barichara hay dos hoteles similares al hotel boutique MONCORA CAMPESTRE que tienen disponibilidad de 60 personas, seguido por uno con disponibilidad de 50 personas

En San Gil hay un hotel similar al hotel boutique MONCORA CAMPESTRE que tienen disponibilidad de 110 personas, seguido por uno con disponibilidad de 80 personas

En Villanueva hay un hotel similar al hotel boutique MONCORA CAMPESTRE que tienen disponibilidad de 80 personas.

14. ¿Cuáles son las tarifas que manejan los hoteles seleccionados?

En Barichara hay habitaciones dobles que en temporada baja van desde \$150.000 hasta \$260.000 y en temporada alta van desde \$160.000 hasta \$337.000, las habitaciones quintuples en temporada baja van desde \$275.000 hasta \$485.000 y en temporada alta van desde \$300.000 hasta \$505.000.

En San Gil hay habitaciones dobles que en temporada baja van desde \$99.569 hasta \$295.000 y en temporada alta van desde \$104.169 hasta \$413.000, las habitaciones quintuples en temporada baja van desde \$155.344 hasta \$175.000 y en temporada alta van desde \$163.190 hasta \$375.000,

En Villanueva hay habitaciones dobles que en temporada baja van desde \$190.000 hasta \$220.000 en temporada alta, las habitaciones quintuples en temporada baja van desde \$360.000 hasta \$440.000 en temporada alta.

Como se pudo observar los precios de las habitaciones varían dependiendo del tipo de habitación, al comparar los precios de las habitaciones similares del Hotel Boutique Moncora Campestre con el de la competencia se puede asumir un costo de habitación doble o suite para dos personas promedio en los tres municipios de \$178.933 en temporada baja y \$212.337 en temporada alta.

Asumiendo que los 1253 servicios de temporada baja en Barichara se hacen en su totalidad en el hotel boutique Moncora campestre con habitaciones dobles o suites para dos personas, debido a que el hotel, solo tiene una habitación familiar, se tendría un precio de venta anual estimado de \$112'101.524 y asumiendo que los 1900 servicios de temporada alta se hacen en habitaciones dobles o suites para dos personas se tendría una precio de

venta anual estimado de \$201'720.050, para un total de ingresos anuales por servicios de hospedaje de \$313'821.675.

Como valor máximo de servicios ofrecidos se estimará la cantidad de huéspedes que llegarían al hotel, si todo el año fuera temporada alta, la cual corresponde al producto de 380 (huéspedes / mes) * 12 (meses), cuyo resultado es 4560, como valor mínimo de servicios ofrecidos se estimará la cantidad de huéspedes que llegarían al hotel, si todo el año fuera temporada baja, la cual corresponde al producto de 179 (huéspedes / mes) * 12 (meses), cuyo resultado es 2148. La siguiente tabla muestra la proyección de la demanda en un año en temporada baja y temporada alta.

Tabla 8. Proyección de la demanda de hospedaje en un año de turismo en temporada baja y temporada alta.

AÑO	SERVICIOS PARA UN AÑO EN TEMPORADA BAJA	SERVICIOS PARA UN AÑO EN TEMPORADA ALTA
2015	2148	4560
2016	2243	4761
2017	2341	4970
2018	2444	5189
2019	2552	5417
2020	2664	5655

Ecuación para un año en temporada baja

Pendiente = 4,4% = 94,512

$$Y - 2148 = 94,512(X - 2015)$$

$$Y - 2148 = 94,512X - 190442$$

$$Y = 94,512X - 188294$$

Ecuación para un año en temporada alta

Pendiente = 4,4% = 200,640

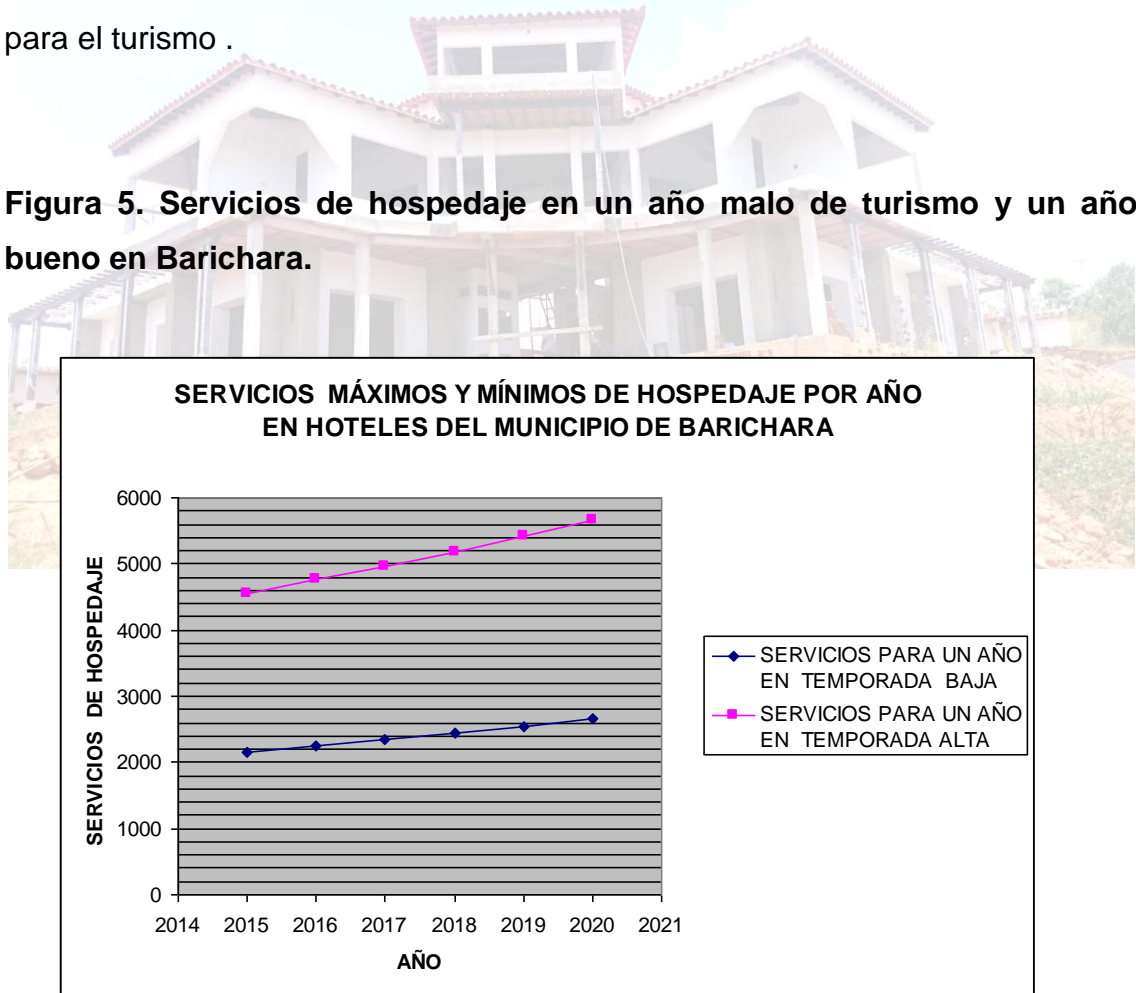
$$Y - 4560 = 200,640(X - 2015)$$

$$Y - 4560 = 200,640X - 404290$$

$$Y = 200,640X - 399730$$

La siguiente figura muestra las gráficas de los servicios de hospedaje esperados en Barichara en un año malo para el turismo y en un año bueno para el turismo .

Figura 5. Servicios de hospedaje en un año malo de turismo y un año bueno en Barichara.



Asumiendo que todos se hospedarían en habitaciones dobles o suites para dos personas, generaría ingresos anuales al hotel de \$484'128.360 como máximo y de \$192'174.042 como mínimo. La siguiente tabla muestra los ingresos esperados en el hotel por concepto de hospedaje en un año normal, un año en temporada alta y un año en temporada baja.

Tabla 9. Total de ingresos en temporada Baja, Normal y Alta en el primer año de operación del hotel.

AÑO	INGRESOS
Temporada Baja	\$192'174.042
Normal	\$313'821.675
Temporada Alta	\$484'128.360

2.5 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.5.1 Estructura de los canales actuales. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos, los canales directos son aquellos que permiten una relación de mercadeo hacia el cliente sin necesidad de intermediarios y los indirectos son los que hacen uso de terceros como otras empresas para promocionar sus productos. La principal manera que los hoteles tienen de realizar comercio es a través de canales indirectos como agencias de viaje y cajas de compensación que promueven la recreación y el turismo, sumado a lo anterior está la Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO-, quien es la encargada de acreditar a los hoteles, haciéndolos partícipes de eventos de talla internacional que les permiten acceder a un gran mercado.

15. Ventajas y desventajas de los canales actuales

2.5.2.1 Ventajas. A continuación se describen algunas ventajas de los canales descritos anteriormente.

Al estar inscrito y acreditado por COTELCO, se atrae un mercado turístico organizacional de talla nacional e internacional.

Al estar inscrito en las cajas de compensación familiar, el hotel queda en la lista de recomendados para el descanso de las personas que trabajan, accediendo al mercado laboral.

Al estar inscrito en las empresas de turismo, el hotel se promueve en el mercado turístico recreacional y de descanso.

16. Desventajas. A continuación se describen algunas desventajas de los canales descritos anteriormente.

Los costos, trámites y tiempos necesarios para acceder a la vinculación de COTELCO.

Los costos, trámites y tiempos necesarios para poder afiliarse y registrarse en las cajas de compensación familiar.

Los descuentos que hay que realizarle a las empresas de turismo para que ellas puedan ofertar el paquete económico a los viajeros.

2.5.2.3 Selección de los canales de comercialización. El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, usará canales directos por medio de publicidad directa y se apoyará en la prensa, la radio y la televisión regional, pero también

hará uso de manera indirecta del apoyo de COTELCO, las empresas de turismo y las cajas de compensación para realizar su gestión de mercadeo.

17.PRECIO

Inicialmente, se seleccionará basado en el promedio de los precios de la competencia, pero si la evaluación de las utilidades que genera el servicio de hospedaje por habitación con este precio, no es favorable, debido al valor del costo total unitario del servicio, se reajustará a un valor adecuado.

2.6.1 Análisis de precios de la competencia. Se compararon los precios de los hoteles que prestan servicios similares al hotel boutique MONCORA CAMPESTRE en el municipio de Barichara, San Gil y Villanueva, debido a que distancias entre un municipio y otro son muy cortas. En la tabla del Anexo 6 se indican los precios que tienen las diferentes habitaciones de los hoteles que se consideran competencia.

2.6.2 Estrategias de fijación de precios. Como se describió anteriormente, el precio de las habitaciones dobles, suites y familiar será el promedio de los precios de los hoteles descritos en la tabla anterior. Para las habitaciones doble y suites los precios serán de \$178.933 en temporada baja y \$212.337 en temporada alta. Para una habitación familiar de cinco personas el costo sería \$303.379 en temporada baja y \$367.959 en temporada alta.

2.7 PUBLICIDAD Y PROMOCION

18.Objetivos

- Dar a conocer el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE a nivel regional, nacional e internacional.

- Captar clientes que deseen los servicios que presta el hotel.
- Posicionar al hotel en el mercado del turismo, con un factor diferenciador que muestre la calidad de los servicios que se prestan.

2.7.2 Logotipo. El logotipo de este hotel se puede observar en la siguiente figura.

Figura 6. Logotipo del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE



El nombre de MONCORA, proviene del antiguo nombre indígena que tenía el corregimiento de Guane perteneciente al municipio de Barichara, este corregimiento era el principal asentamiento y cuna de los indígenas Guanes.

Este corregimiento tiene la particularidad de gozar de un clima seco, ideal y muy sano, con una temperatura media de 25°C, afinada por las frescas brisas

del río Suárez, se encuentra rodeado de una verde vegetación y en todo momento se goza de un ambiente campestre.

Es por esto que este logotipo usa arte indígena Guane, en colores terracotas los cuales priman en las principales arquitecturas del municipio de Barichara.

Se imprime un toque de color verde para identificar la naturaleza campestre del hotel. El nombre boutique se debe a que es un establecimiento comercial lujoso y pequeño.

2.7.3 Eslogan. A continuación se describe el eslogan del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE.

- UN ENCUENTRO CON LA NATURALEZA, UN MEJOR DESCANSO -

Este eslogan pretende que los clientes piensen en un hotel campestre en medio de la naturaleza, pero con todos los servicios que un hospedaje de lujo puede brindar para obtener un verdadero descanso físico y mental.

2.7.4 Análisis de medios. Los medios impresos que el hotel usará son volantes, tarjetas de presentación, folletos, directorios, revistas, periódicos. Los medios audiovisuales serán la televisión, Internet y la radio y para la publicidad exterior se usarán avisos y vallas. Los folletos mostrarán las clases de habitaciones, la cantidad máxima de huéspedes, los servicios que se prestan y las cualidades del hotel.

Las tarjetas de presentación llevarán el eslogan, el logotipo, la dirección y el número telefónico del hotel.

Debido a que gran parte de los turistas nacionales provienen de Bogotá, se hará énfasis en promover el turismo y a este hotel, dentro del departamento de Santander, para que sus habitantes conozcan los atractivos de sus municipios, para esto se buscará un espacio en televisión por medio del canal TRO con una duración de doce segundos durante todos los días del mes, este espacio se buscará al medio día. Se publicará todos los domingos del mes en el periódico Vanguardia Liberal y se publicará anualmente en el directorio telefónico de Bucaramanga, San Gil y Bogotá.

Se publicará el hotel en las revistas de turismo de mejor nombre que haya en Bucaramanga, San Gil y Bogotá.

El valor de toda la publicidad se puede observar en el análisis financiero.

2.7.5 Estrategias de Marketing. A continuación se describirán algunas estrategias de mercadeo y publicidad.

El día de la inauguración se hará un coctel de lanzamiento, donde se invitará a representantes de cajas de compensación familiar, COTELCO, empresas de turismo y personas de reconocimiento en la región.

Se entregará un souvenir con la publicidad del hotel a cada uno de los participantes que vinieron al coctel.

Se contará con publicidad radial y televisiva por medio de varias de las emisoras más escuchadas en San Gil, Bucaramanga y Bogotá, así como del canal T.R.O.

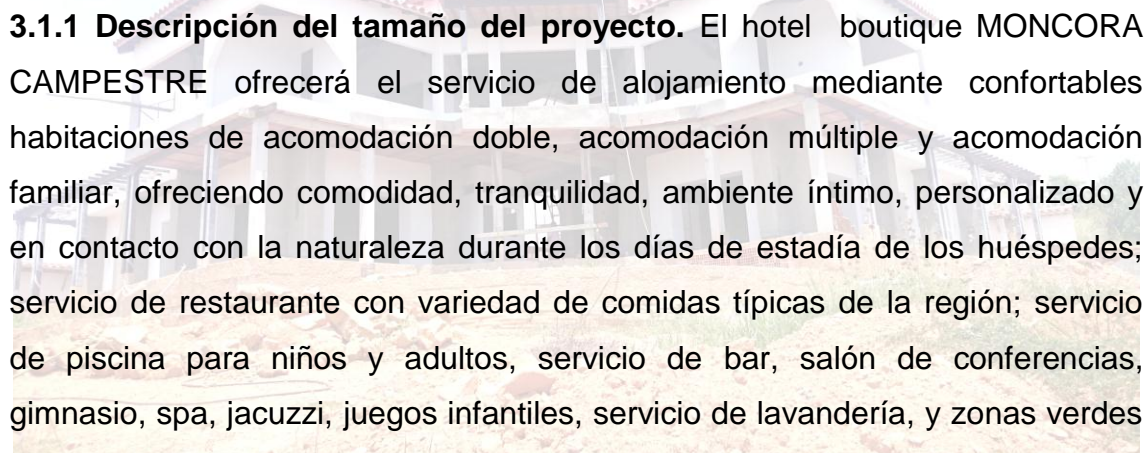
Se realizará un sorteo entre los invitados al coctel, de un fin de semana de hospedaje en el hotel, con todos los servicios y gastos pagos para dos

personas. Se repartirán tarjetas, volantes y folletos para facilitar el contacto y recordar los servicios que se prestan.

3. ESTUDIO TECNICO

Este capítulo hace referencia al estudio del tamaño adecuado del proyecto según la capacidad diseñada, instalada, utilizada y proyectada, a su localización, la descripción técnica del proceso y los recursos humanos, físicos e insumos necesarios para su realización.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO



3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE ofrecerá el servicio de alojamiento mediante confortables habitaciones de acomodación doble, acomodación múltiple y acomodación familiar, ofreciendo comodidad, tranquilidad, ambiente íntimo, personalizado y en contacto con la naturaleza durante los días de estadía de los huéspedes; servicio de restaurante con variedad de comidas típicas de la región; servicio de piscina para niños y adultos, servicio de bar, salón de conferencias, gimnasio, spa, jacuzzi, juegos infantiles, servicio de lavandería, y zonas verdes con jardines y árboles frutales típicos de la región. El hotel cuenta con una capacidad máxima de 35 huéspedes por noche, repartidos en 16 habitaciones.

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.

19. La demanda. La demanda es un factor que permite reflexionar sobre la estimación del tamaño más apropiada, en relación con el ingreso, con

los precios, con los cambios en distribución geográfica del mercado y obviamente con respecto a los costos unitarios del proyecto.

Se tienen como demanda potencial los turistas que visitan el municipio de Barichara, quienes según estudio de mercado están dispuestos a utilizar los servicios del hotel durante las diferentes épocas del año.

b. Tamaño, costos y aspectos técnicos. La magnitud de la inversión del hotel debe acondicionarse a los flujos estacionales de turistas y buscar compensaciones de ocupación a través de planes llamativos orientados hacia otra clase de clientela, como convivencias, retiros espirituales, celebración de cumpleaños, matrimonios y demás actividades sociales.

c. Suministros e insumos. La prestación de los servicios que ofrecerá el Hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, requiere un inventario de cierta cantidad y calidad de insumos, adquiridos a los diferentes proveedores con capacidad de atender la demanda tanto de la competencia como la propia. Compras que deben realizarse analizando cotizaciones que permitan comparar, cantidad, calidad y precios, escogiendo las más favorables para el proyecto sin afectar la calidad y excelencia del servicio y garantizando el suministro permanente de los mismos.

Por otro lado la disponibilidad y calidad de los servicios públicos de agua, alcantarillado, energía, teléfono, gas, internet, televisión por cable debe ser juiciosamente ponderada al definir el tamaño del proyecto.

Además, por encontrarse el municipio de Barichara cerca de la ciudad de Bucaramanga se podrán considerar algunos de sus proveedores.

d. Tecnología y equipos. Para la puesta en marcha del hotel se necesitarán de la tecnología, mediante la compra de un equipo de cómputo para el manejo de la página web, la cual será una herramienta indispensable para poder

vender el servicio a los turistas ubicados en diferentes áreas geográficas de Colombia y del mundo. La tecnología refuerza con mayor vigor la estrategia competitiva, lo cual hace mejorar calidad y productividad, bajar costos y satisfacer mejor al cliente.

e. Financiamiento. Para el financiamiento del hotel se debe contar con el aporte de capital propio de las inversionistas o socias; 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 de este mercado de servicios de hospedaje.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Para el funcionamiento del hotel se valoran las siguientes tres capacidades

3.1.3.1 Capacidad diseñada. Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio del hotel.

Esta capacidad está conformada por el alojamiento que se podrá ofrecer en 16 habitaciones. La habitación doble podrá ser usada ocasionalmente como sencilla. La siguiente tabla enseña el tamaño del proyecto.

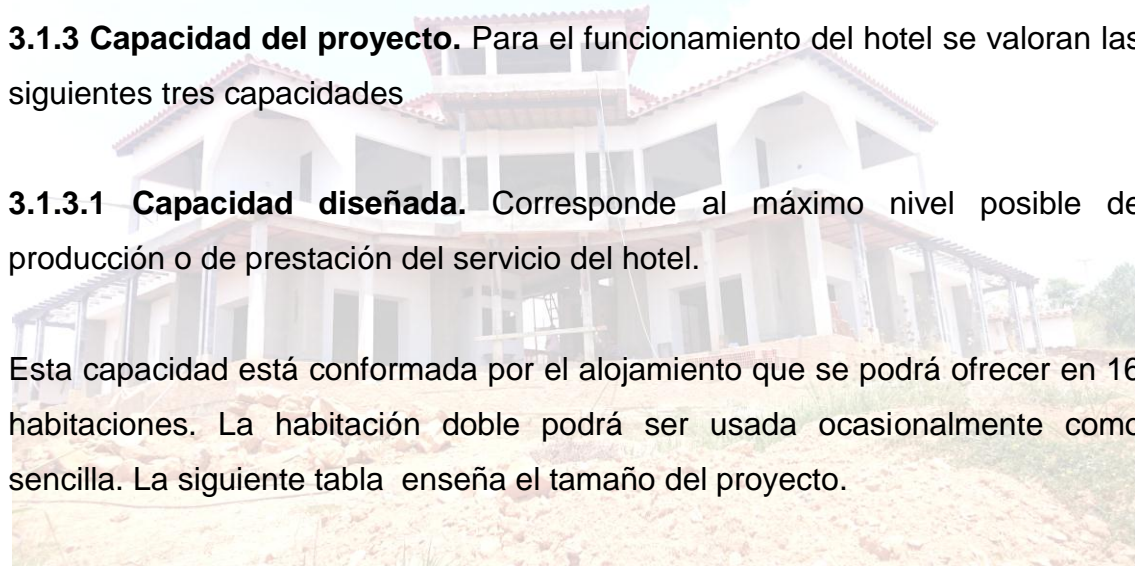


Tabla 10. Descripción tamaño del proyecto.

Tipo de Habitación	Número de Habitaciones	Capacidad Máxima de Personas por Habitación	Capacidad Máxima de Personas en el hotel por Noche	Capacidad Máxima de Personas hospedadas en el hotel al año
Doble (sencilla)	13	2	26	9490
Suite	2	2	4	1460
Familiar	1	5	5	1825
Total	16		35	12775

En el hotel se podrán alojar en una noche 35 personas como capacidad máxima posible. Si consideramos que en el año (365 días) se tendrá lo siguiente:

$$35 \text{ huéspedes / noche} \times 365 \text{ noches / año} = 12.775$$

La capacidad diseñada del hotel permitirá ofrecer 12.775 servicios de hospedaje durante todo el año.

3.1.3.2 Capacidad instalada. Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente del hotel; la cual debe ser igual a la diseñada para estar preparados en la capacidad de acomodación total cuando la demanda lo requiera.

Se puede concluir que la capacidad instalada permite alojar en una noche 35 personas lo máximo posible y al año 12.765 servicios de hospedaje. En este caso se puede decir que la capacidad instalada corresponde al 100% de la capacidad diseñada.

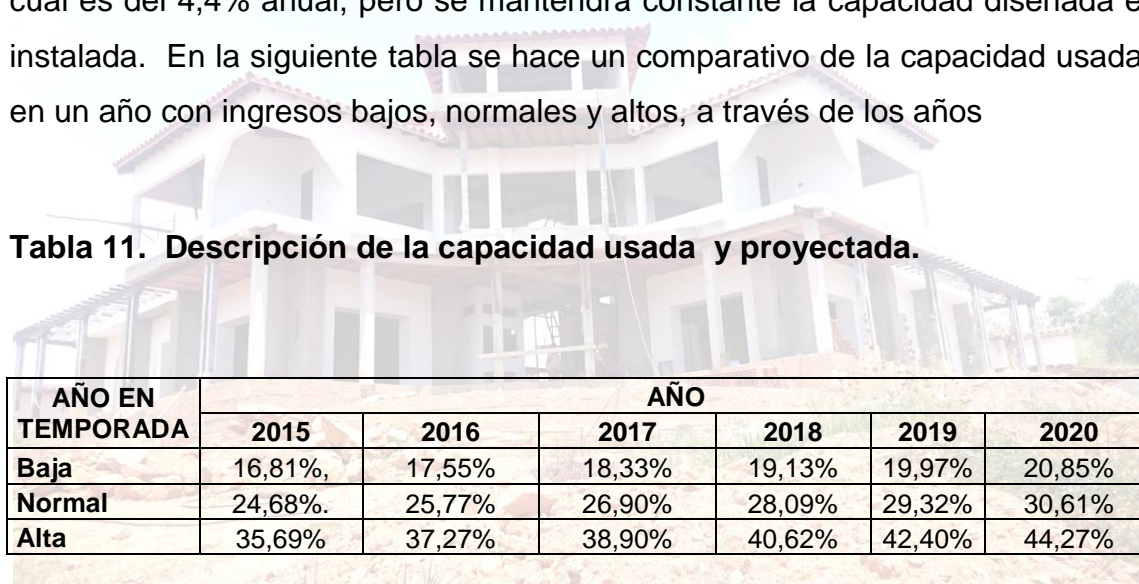
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando en el hotel, para calcular esta fracción se acudirá a la capacidad diseñada e instalada y en el estudio de demanda desarrollado el capítulo anterior, en el cual se deja establecido y proyectado la cantidad mínima y máxima de huéspedes que podrían hospedarse en el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, asumiendo el mejor y el peor panorama de hospedaje que pueda brindar el hotel. Según la tendencia turística en aumento que registra, el Departamento de Santander y el municipio de Barichara, registrada y promovida por el Ministerio de Cultura y Turismo, se espera que en algunos años, la cantidad de huéspedes aumente y por ende la fracción de capacidad instalada aumente también.

Según el estudio de demanda, la cantidad de huéspedes no alcanza a cubrir esta capacidad, pues tenemos 4560 servicios anuales pronosticados para el mejor de los escenarios y 2148 servicios anuales pronosticados para el peor de los escenarios. Para un año normal se esperan 3153 servicios de hospedaje.

Por lo tanto se puede concluir que la capacidad utilizada del hotel durante el año para el mejor escenario será de un 35,69% y en el peor escenario será de 16,81%, para un escenario normal será de un 24,68%.

Para la capacidad proyectada anual durante los próximos cinco años, se utilizará el incremento recomendado en el cálculo de la demanda proyectada, el cual es del 4,4% anual, pero se mantendrá constante la capacidad diseñada e instalada. En la siguiente tabla se hace un comparativo de la capacidad usada en un año con ingresos bajos, normales y altos, a través de los años

Tabla 11. Descripción de la capacidad usada y proyectada.



AÑO EN TEMPORADA	AÑO					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Baja	16,81%,	17,55%	18,33%	19,13%	19,97%	20,85%
Normal	24,68%.	25,77%	26,90%	28,09%	29,32%	30,61%
Alta	35,69%	37,27%	38,90%	40,62%	42,40%	44,27%

Como se dijo en el capítulo anterior correspondiente al estudio de mercados, es de recordar que según el informe de turismo de Diciembre del 2014, expuesto por la oficina de estudios económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la Presidencia de la República de Colombia; el departamento de Santander tiene una ocupación hotelera del 44% según cifras de COTELCO.

En la tabla a continuación se hace una comparación del número de huéspedes que se pueden hospedar anualmente y el número de huéspedes que hacen uso del hotel en un año con ingresos bajos, normales y altos.

Tabla 12. Descripción de la capacidad usada y proyectada.

AÑO EN TEMPORADA	AÑO					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Baja	2148	2243	2341	2444	2552	2664
Normal	3153	3292	3437	3588	3746	3910
Alta	4560	4761	4970	5189	5417	5655

3.2 LOCALIZACIÓN

El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE debe seleccionar la ubicación más conveniente para su funcionamiento, la cual se determinará teniendo en cuenta diferentes alternativas y seleccionando aquella que genera los máximos beneficios y minimiza los costos.

20. Macrolocalización. Las instalaciones del hotel se ubicarán en el sector rural del municipio de Barichara, el cual pertenece al departamento de Santander, por ser este el lugar de interés para los autores del proyecto además de la necesidad que se ha identificado de brindarle a la sociedad un hotel con las características anteriormente mencionados con el propósito de que la sociedad en general tengan opción de descansar, divertirse e integrarse.

Figura 7. Ubicación del municipio de Barichara en el departamento de Santander



Fuente. Internet

3.2.2 Microlocalización. La microlocalización es un aspecto clave y consiste en determinar la ubicación más adecuada para el funcionamiento del Hotel campestre. Inicialmente se tienen tres posibles lugares que llenan las expectativas y cumplen con los requisitos de carácter general para su funcionamiento.

Estos lugares son:

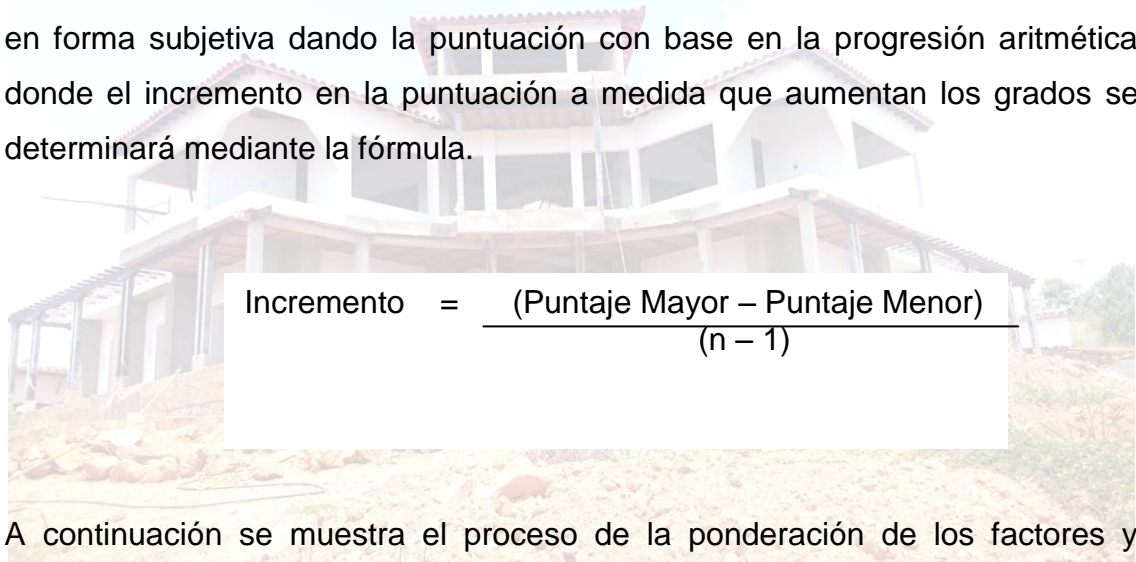
- Lugar 1: Carrera 6 Nro 5-18 Frente al parque Principal Barichara
- Lugar 2: Kilómetro 15 vía San Gil - Barichara vereda Caraquitas
- Lugar 3: Carrera 7 Nro 5-47 Barichara

Para seleccionar el lugar más conveniente para la microlocalización se va a recurrir a la técnica de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados; esta técnica consiste en asignar a cada factor un valor en porcentaje,

dependiendo de su importancia, teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%.

El proceso de la puntuación de los factores y grados se hace escogiendo un total de puntos a asignar (1.000 puntos), que al multiplicarse por el porcentaje de ponderación de cada factor arroja el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

Definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será cero y corresponderá al grado de menor asignación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los grados intermedios se hará en forma subjetiva dando la puntuación con base en la progresión aritmética donde el incremento en la puntuación a medida que aumentan los grados se determinará mediante la fórmula.



$$\text{Incremento} = \frac{(\text{Puntaje Mayor} - \text{Puntaje Menor})}{(n - 1)}$$

A continuación se muestra el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados, asignando tres grados por factor.

F1 Costo del Terreno

Grado 1 Muy costoso (Más de 70.000.000)

Grado 2 Costoso (Entre 50.000.000 y 70.000.000)

Grado 3 Económico (Menos de 50.000.000)

F2 Disponibilidad de vías de acceso

Grado 1 Malo (Número de vías mínimo)

Grado 2 Regular (Número de vías regular)

Grado 3 Bueno (Número de vías adecuado)

F3 Disponibilidad de servicios públicos

Grado 1 Malo (Los servicios son escasos)

Grado 2 Regular (Hay restricción de servicios)

Grado 3 Bueno (Existen todos los servicios)

F4 Lugar tranquilo y agradable para el descanso

Grado 1 Malo (Ambiente ruidoso para el descanso)

Grado 2 Regular (Ambiente medio para el descanso)

Grado 3 Bueno (Ambiente propicio para descansar)

F5 Ubicación Campestre

Grado 1 Malo (Ubicación dentro del municipio)

Grado 2 Regular (Ubicación a las afueras del municipio)

Grado 3 Bueno (Ubicación externa del municipio)

Ponderación y puntuación de factores y grados. A cada factor se le asigna un puntaje que se distribuye entre sus grados y se le asigna una ponderación, esta puntuación se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 13. Descripción de la capacidad puntuación y ponderación de factores y grados.

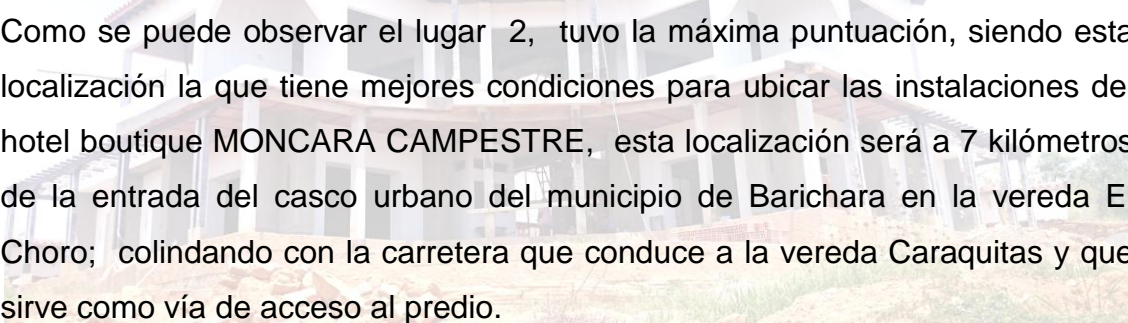
FACTORES Y GRADOS		PUNTOS	PONDERACIÓN	
F1	Costo del Terreno			
	Grado 1	0	100	10%
	Grado 2	75		
	Grado 3	150		

F2	Disponibilidad de vías de acceso			
	Grado 1	0	200	20%
	Grado 2	75		
	Grado 3	150		
F3	Disponibilidad de servicios públicos			
	Grado 1	0	200	20%
	Grado 2	75		
	Grado 3	150		
F4	Lugar tranquilo y agradable para el descanso			
	Grado 1	0	200	20%
	Grado 2	75		
	Grado 3	150		
F5	Ubicación Campestre			
	Grado 1	0	300	30%
	Grado 2	75		
	Grado 3	150		
TOTAL			1000	100%

Determinación de la ubicación. Una vez definidos los factores y puntajes se procede a evaluar las alternativas de ubicación, determinando para ello el grado en que se encuentra representado cada factor dentro de determinada localización; la suma de los puntajes obtenidos por factor por cada una de las alternativas dará el parámetro de decisión para la escogencia de la mayor ubicación, que será la que alcance un mayor puntaje, como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 14. Evaluación de los factores de ubicación

Factor	Lugar 1		Lugar 2		Lugar 3	
	Grado	Puntuación	Grado	Puntuación	Grado	Puntuación
F1	1	0	2	7,5	1	0
F2	3	30	3	30	3	30
F3	3	30	3	30	3	30
F4	1	0	3	30	2	7,5
F5	2	22,5	3	45	2	22,5
	Total	82,5	Total	142,5	Total	90



Como se puede observar el lugar 2, tuvo la máxima puntuación, siendo esta localización la que tiene mejores condiciones para ubicar las instalaciones del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, esta localización será a 7 kilómetros de la entrada del casco urbano del municipio de Barichara en la vereda El Choro; colindando con la carretera que conduce a la vereda Caraquitas y que sirve como vía de acceso al predio.

21. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El servicio que se va a prestar en el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, se va a desarrollar con base en procesos adecuados para el servicio de hospedaje como lo exige la norma NTSH de COTELCO, el hotel iniciará su actividad con una clasificación de Cuatro Estrellas; por tal razón es necesario detallar técnica y operativamente el proceso de información, recepción, entrada y salida del cliente.

3.3.1 Ficha técnica del servicio que presta el Hotel Boutique MONCORA CAMPESTRE. En el Anexo 7 se presenta una síntesis de las condiciones de servicio, diseño, especificaciones técnicas y vida útil

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Teniendo en cuenta la actividad básica y central del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE; se describe el proceso sobre la manera como se ofrece los servicios de hospedaje a los turistas en el municipio de Barichara.

Primer Paso. El turista solicita por vía telefónica o por internet, el servicio de hospedaje con previa reservación, la recepcionista agenda la cita, separa la habitación y le informa al guía turístico del arribo del turista para que llegada la fecha y hora, el guía lo espere en el terminal o en el sitio sugerido para que le indique y acompañe hasta el hotel, donde se le dará la bienvenida. Si el turista llega al hotel, solicitando el servicio de hospedaje sin previa reservación, la recepcionista procede a exponer al huésped las condiciones económicas y de uso del hotel

Segundo Paso. Si el cliente acepta las condiciones de hospedaje, la recepcionista realiza el registro, tomándole datos como nombre completo, número de identificación, profesión, ciudad de origen y número de teléfonos celular y fijo, para que pueda firmar el libro, hacer el pago de la habitación, recibir la respectiva factura y el derecho a la habitación.

Tercer Paso. El portero-botones ayuda a llevar las maletas del cliente a la habitación asignada y una vez ubicado se le entrega las llaves y se revisa el inventario de productos y artículos que se encuentren en el minibar de la habitación.

Cuarto Paso. El huésped se hospeda en la habitación y cada vez que solicite un producto o servicio, se le llevará hasta la habitación y se registrará en la

planilla de consumo perteneciente a la cuenta del huésped, ofreciéndole siempre un servicio de alta calidad.

Quinto Paso. Una vez el turista haya finalizado su hospedaje y le comunique a la recepcionista la entrega de la habitación, el portero-botones revisa el inventario de los productos y artículos que se encuentran en el minibar de la habitación con el fin de hacer el balance y anotarlo en la planilla de consumo del huésped.

Sexto Paso. El portero-Botones le informa a la recepcionista el resultado de la inspección.

Séptimo Paso. La recepcionista hace el balance de la planilla de consumo correspondiente a la habitación, y le entrega el valor de la cuenta al cliente.

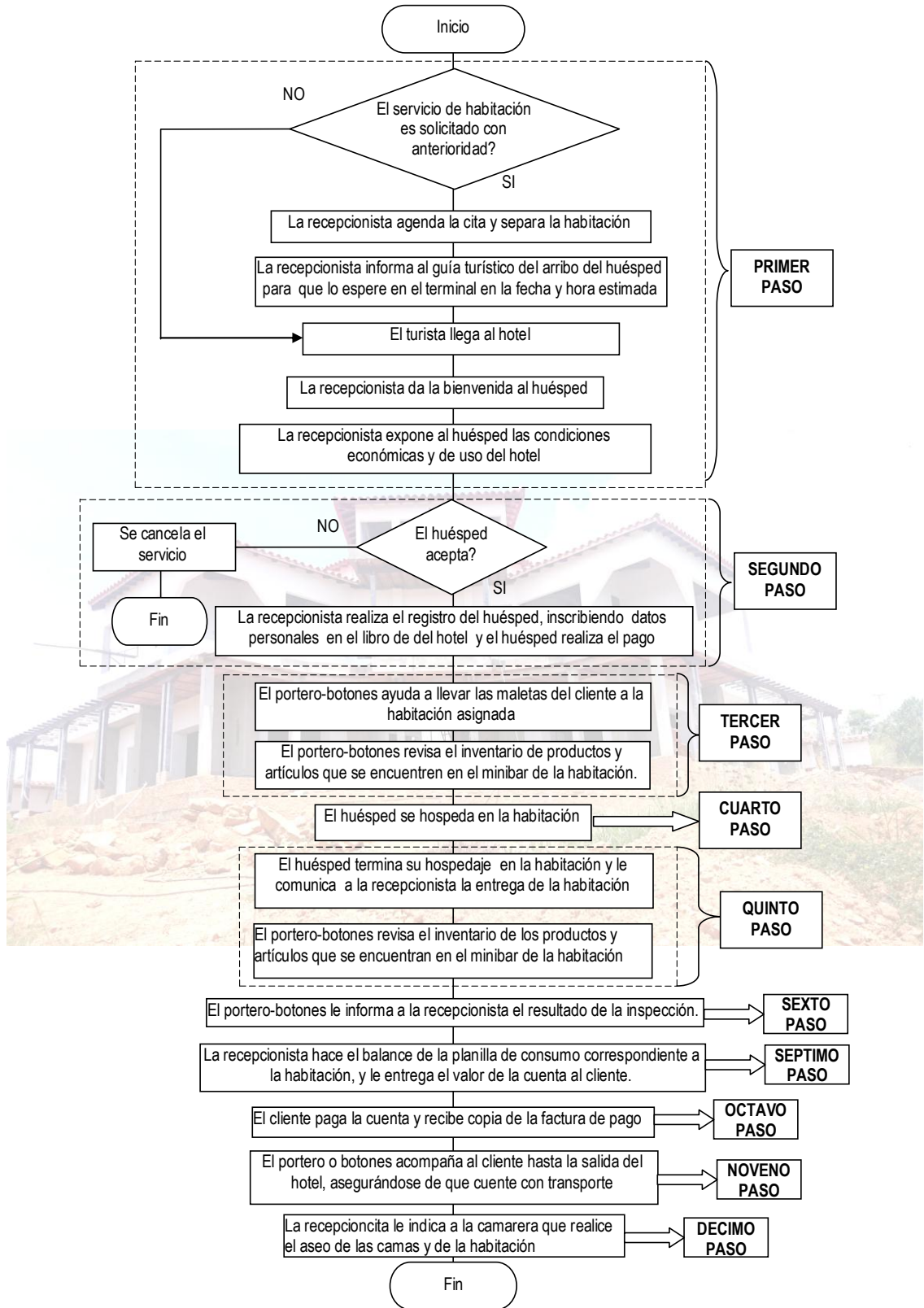
Octavo Paso. El cliente paga la cuenta y recibe copia de la factura de pago.

Noveno Paso. El portero o botones acompaña al cliente hasta la salida del hotel, asegurándose de que cuente con transporte privado o público para su desplazamiento.

Décimo Paso. La recepcionista le indica a la camarera que realice el aseo de las camas y de la habitación, dejándola en condiciones de excelente limpieza para una próxima reservación.

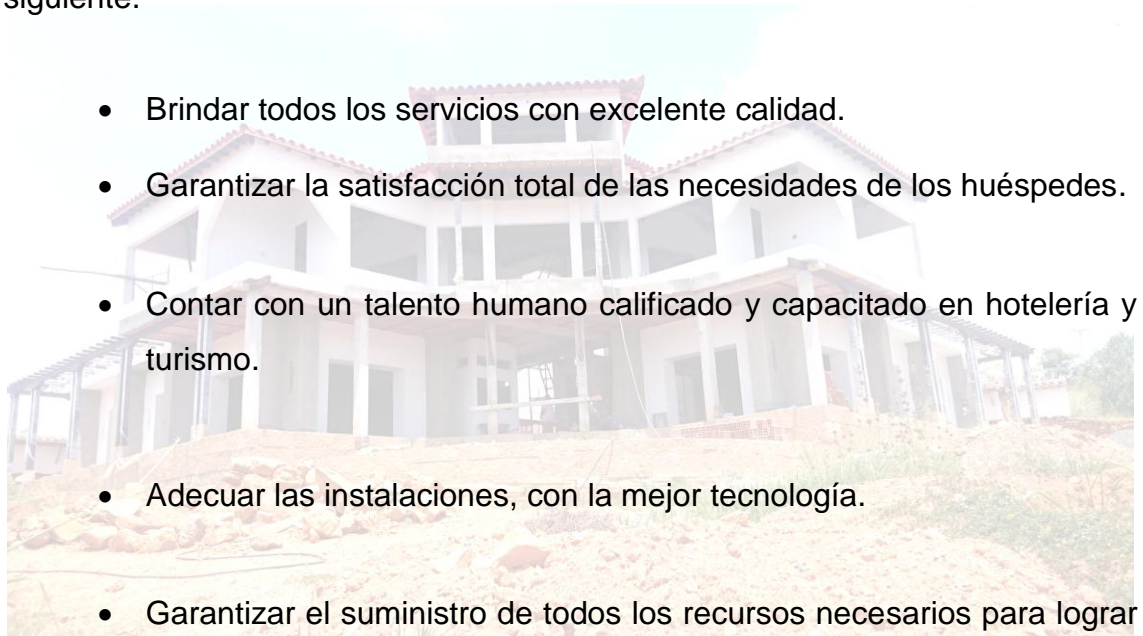
3.3.3 Diagrama de procedimiento. La siguiente figura muestra el diagrama del procedimiento descrito en los diez pasos anteriores.

Figura 8. Procedimiento para el servicio de hospedaje



3.3.4 Control de calidad. COTELCO indica que en Colombia los hoteles deben certificarse, dependiendo de las cualidades con el fin de clasificarlos 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. El proceso de certificación es voluntario pero los establecimientos que no se acojan, no podrán exponer sus estrellas pues serán sancionados.

Política de Calidad. En cuanto a la política de calidad que tendrá el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE del municipio de Barichara se menciona lo siguiente.



- Brindar todos los servicios con excelente calidad.
 - Garantizar la satisfacción total de las necesidades de los huéspedes.
 - Contar con un talento humano calificado y capacitado en hotelería y turismo.
 - Adecuar las instalaciones, con la mejor tecnología.
 - Garantizar el suministro de todos los recursos necesarios para lograr la comodidad de los huéspedes
-
- Garantizar el mejoramiento continuo a través del control de la calidad por medio del desarrollo de actividades que permitan el seguimiento de los diferentes procesos involucrados en la gerencia del hotel.

La calidad será evaluada y promovida por la junta de socios y la administración del hotel, por medio de evaluaciones periódicas a los diferentes procesos que se desarrollarán en medio del cumplimiento de la gestión administrativa.

3.3.5 Recurso. A continuación se describen los recursos humanos, recursos físicos e insumos que necesita el hotel para su correcto funcionamiento.

3.3.5.1 Recurso humano (mano de obra directa). Para el funcionamiento operativo del hotel se necesita el personal, descrito en la siguiente tabla.

Tabla 15. Recurso humano necesario para el trabajo operativo del hotel

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS
Portero – Botones	1
Recepcionista – Auxiliar Contable	3
Camarera (Servicios Generales)	1 – 2
Guía turístico	1 – 2

Para las temporadas altas se contratará otra auxiliar de servicios generales y otro guía turístico que complementen las labores de aseo, limpieza y recreación, con el fin de satisfacer las necesidades de los huéspedes del hotel.

3.3.5.2 Recurso humano (mano de obra indirecta). Para el funcionamiento administrativo del hotel se requiere del personal, que se describe en la siguiente tabla.

Tabla 16. Recurso humano necesario para el trabajo administrativo del hotel

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS
Contador	1
Administrador	1

3.3.5.3 Recurso Físico. Para la prestación de un óptimo servicio se debe contar con los, elementos, equipos, electrodomésticos y muebles, nombrados en el Anexo 8.

Se garantizará la disponibilidad y confiabilidad del total de los recursos físicos del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, mediante el cumplimiento de programas de mantenimiento preventivo y correctivo a los diferentes elementos, equipos, electrodomésticos, muebles, instalaciones físicas, eléctricas, hidráulicas y electrónicas que avalan el cumplimiento de los servicios que presta el del hotel.

22. Recurso Insumos. En la tabla a continuación se nombran los insumos o materias primas indispensables, para la realización de limpieza, procesos administrativos, aseo personal de los huéspedes del hotel y servicios de cafetería.

Tabla 17. Insumos necesarios para el correcto funcionamiento del hotel

Aplicación	Insumos
Insumos de aseo. Tienen aplicación en todas las áreas del hotel.	Detergentes, jabones, desinfectantes, corta grasas, cera para piso, escobas, recogedor, traperos, cepillos, baldes, toallas multiusos, esponjas, etc
Insumos de administración. Tienen aplicación en las actividades y procesos administrativos y financieros del hotel	Hojas blancas tamaño carta, papelería de impresión (formas continuas tamaño carta a una y dos partes con copia), factureros, útiles de oficina (lapiceros, correctores, lápices, marcadores, clips, etc.), tintas de impresora, grabadoras, sellos, ganchos, perforadoras, tijeras, carpetas, ganchos para carpetas, grapas,

	fólderes, libro de registro, etc.
Insumos de habitación. Tienen aplicación en el aseo personal de los huéspedes.	Gorro de baño, shampoo, jabón de baño, jabón lavamanos, papel higiénico, cepillos para dientes, crema dental, desodorante antitranspirante y talcos para pies.
Insumos de Cafetería. Tienen aplicación en el consumo de las bebidas y comidas de la cafetería.	Vasos desechables, platos desechables, cubiertos desechables, palillos, servilletas, etc.

23. Estudio de proveedores. Para realizar las compras de todos los elementos, equipos, electrodomésticos, muebles, artículos e insumos necesarios para el correcto funcionamiento del hotel, se han determinado los proveedores que se describen en la siguiente tabla. Estos proveedores se caracterizan por la calidad de sus productos, bajo precio y cómodas formas de pago.

Tabla 18. Proveedores del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE

NOMBRE	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD PROVEEDORES	TELEFO NO	DIRECCION	CIUDAD
ALMACEN MAU	MUEBLES Y ELECTRODOMESTICOS	7245742	CLL 16 N° 9-31	SAN GIL
CASA DEL COMERCIO S.A.S	ELECTRODOMESTICOS	7242325	CRA 11 N° 11-73	SAN GIL
DEKORA ESPACIOS Y DISEÑOS	DECORACION EN GENERAL	7241753	CRA 9 N° 9-06	SAN GIL
QUIMIVER	LENCERIA –ELEMENTOS DE ASEO	7246417	CRA 17 N° 32C-15	SAN GIL
VIDRIERIA SEVILLA	ESPEJOS	7247937	CLL 10 N° 8-78	SAN GIL
OKLAHOMA COMPUTADORES	EQUIPO COMPUTO-OFICINA	7241187	CRA 9 N° 18-18	SAN GIL
MUEBLES CLASICOS SANABRIA	MESAS, SILLAS , CAMASY DEMAS UTENCILIO HOGAR	7242877	CRA 10 N° 17-54	SAN GIL

24. Distribución en planta. La planta física del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE tendrá un diseño arquitectónico que destacará la distribución de los espacios donde se prestarán los servicios, principales, secundarios y complementarios del hotel.

La planta física del hotel está distribuida en tres Núcleos.

1. Casa principal
2. Aparta- estudio
3. Cabaña

25. Casa principal. Tiene un área de construcción de 713 Mts² en tapia pisada y estructura en concreto reforzado, distribuida en tres niveles los cuales constan de:

Nivel 1

Área de construcción de 395 mts²

Cuatro alcobas de 14.5 mts² con sus respectivos baños de 9.25 mts²

Área de cocina y servicios complementarios 23.5 mt²

Área de comedor 20.2 mts²

Área social 77.50 mts²

Áreas de terrazas 150 mts²

Nivel 2

Área de construcción de 234 mts²

Dos alcobas principales con área de 25 mts² y baños de 5.2 mts con vestier

Dos alcobas de 16.4 mts² con baños de 5.2 con vestier

Terrazas 19.95 mts²

Circulaciones 10.5 mts²

Área social 100.55 mts²

Nivel 3

Un aparta estudio de 84 m²

Una alcoba de 18.2 m² con su baño de 2.8 m²

Zona social de Patio de ropas de 14.8 m²

2. Apartaestudio

Con un área de 41 m² cuenta de

Una alcoba para dos personas de 9 m²

Un baño de 4.70 m²

Sala-comedor 11.70 m²

Cocina y área de servicio 9 m²

26. Cabaña (en proyecto)

Con 165 m²

Distribuida en dos niveles y cuenta de

Tres alcobas

Sala comedor

Dos baños

Cocina

Estudio



Área total de construcción	1.003 m ²
Piscina	100 m ²
Lago	210 m ²
Zonas verdes	1.273 m ²
Total área del lote	2.586 m ²

La siguiente figura muestra una vista superior del hotel

Figura 9. Distribución de planta del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE



27.RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Actualmente la demanda existente para la prestación del servicio de hospedaje en el municipio de Barichara, solo cubre una fracción de la capacidad diseñada e instalada en el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, sin embargo, de

acuerdo a los pronósticos del Ministerio de Cultura y Turismo de Colombia, este renglón económico se fortalecerá en un futuro inmediato, favoreciendo a los hoteles legalmente constituidos y por lo tanto se espera que la cantidad de visitantes que empiece a llegar a este municipio durante la temporada alta de turismo aumente de manera representativa, alcanzando a cubrir la capacidad total del hotel; esta proyección fue un factor determinante para planear el tamaño del proyecto.

La localización del hotel, se desarrolló a partir de la evaluación de tres sitios, que de alguna manera cuentan con las características necesarias para que el hotel preste los servicios planeados, quedando seleccionado el sitio con mayor posibilidad de atracción de clientes dada la naturaleza campestre del hotel.

La descripción y estandarización del proceso de bienvenida y despedida de los huéspedes, brinda un modelo de los pasos a seguir por las diferentes personas que trabajan en el hotel. Estas personas conforman el talento humano que garantizará el cumplimiento de todas las actividades operativas, administrativas y financieras de este hospedaje, este talento se podrá conseguir en el mismo municipio de Barichara.

La creación de este hotel en el municipio de Barichara tiene una favorable viabilidad técnica pues este municipio y sus alrededores cuenta con la disponibilidad de insumos, materiales, recurso humano, vías de acceso, servicios públicos, medios de comunicación y una tranquila ubicación campestre, acorde a los requerimientos exigidos por COTELCO para la prestación del servicio de hospedaje ofrecido por el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE.

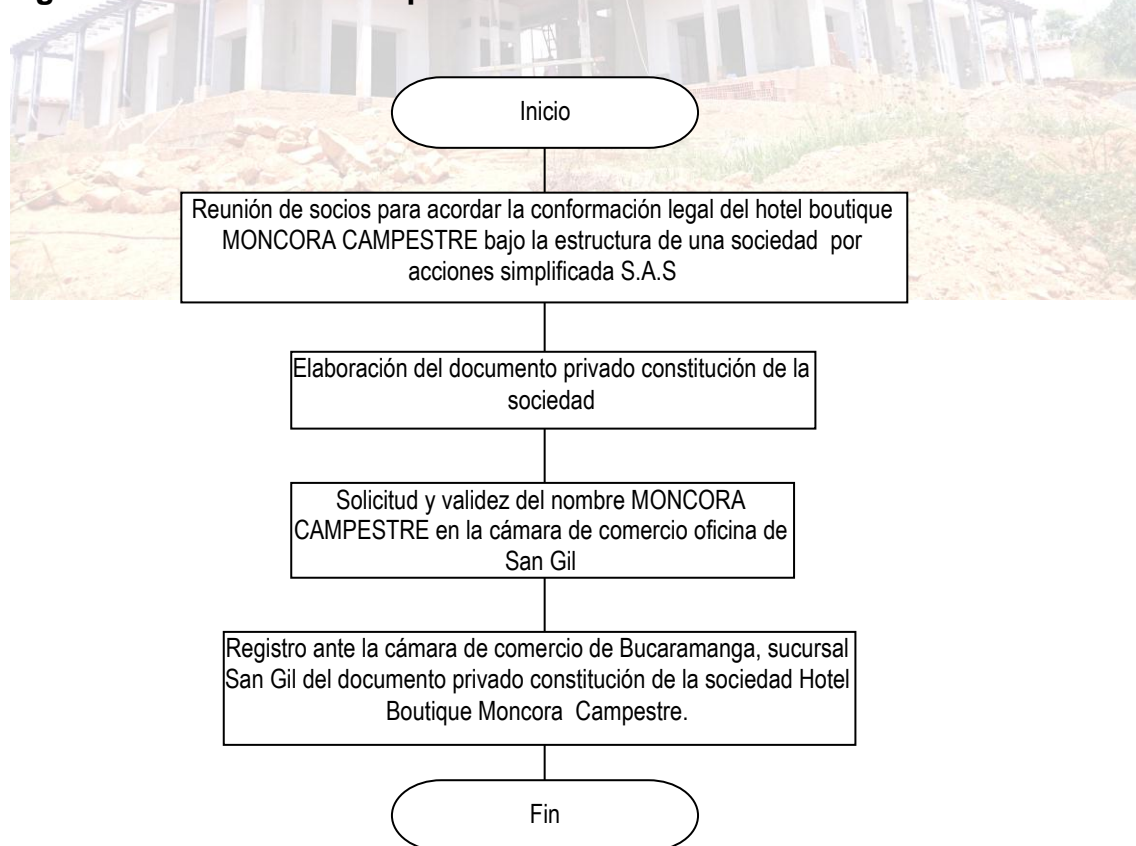
28. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

29. FORMA DE CONSTITUCIÓN

La constitución legal del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, tendrá la estructura de una sociedad por acciones simplificada, con aportes iguales de cada uno de los socios. En el momento de la constitución del hotel cada uno de los socios pagará el total de su aporte y cumplirá con los requisitos exigidos por el código del comercio.

30. Constitución legal del hotel. Para legalizar la constitución empresarial de este hotel, se desarrollará en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, oficina del municipio de San Gil, el procedimiento descrito en la siguiente figura

Figura 10. Procedimiento para la constitución comercial del hotel



Para la elaboración de las escrituras públicas del hotel bajo la estructura de sociedad por acciones simplificada S.A.S, se debe definir y registrar los siguientes acuerdos.

- Nombre y domicilio y documento de identificación de los socios
- Clase o tipo de sociedad y el nombre de la misma
- Domicilio de la sociedad
- Objeto social
- Capital Social
- Forma de administrar los negocios sociales
- Época y forma de convocar las asambleas ordinarias
- Fechas de inventarios y balances generales
- Forma de reparto de utilidades, con indicación de las reservas necesarias
- Duración de la sociedad
- Forma de hacer la liquidación y causales de la misma
- Es aconsejable determinar si las diferencias que puedan ocurrir entre los asociados entre sí o con la sociedad se someterán a decisión arbitral
- Nombre, domicilio y facultades de los representantes de la sociedad
- Los demás pactos que sean compatibles con este tipo de sociedad que se va a constituir.

La anterior información se agenda en el Anexo

Una vez realizado el documento privado de constitución de la sociedad simplificada por acciones, se registrará este documento ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga sucursal San Gil, para lo cual se deberá tener en cuenta los siguientes requisitos.

- Carta de estudio del nombre comercial

- Formularios de matrícula mercantil de la sociedad y de su establecimiento de comercio.
- Carta de aceptación del representante legal, miembros de la Junta Directiva y Revisor Fiscal en caso de ser necesario

Una vez se haya hecho el registro mercantil y el hotel se haya registrado ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga sucursal San Gil, se solicita el certificado de existencia y representación legal junto al registro de los libros mercantiles, estos libros son:

- Registro de accionistas
- Registro de actas de asamblea de accionistas

Los libros caja diario, Mayor y Balances e Inventarios no requieren registro ante la cámara de comercio.

Posteriormente, con la expedición del Pre RUT, certificado de existencia y representación legal y fotocopia de la cedula del representante legal de la sociedad se solicita el número de identificación tributaria NIT ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN.

El hotel boutique Moncora Campestre al constituirse como Sociedad Simplificada por Acciones S.A.S tendrá las siguientes obligaciones tributarias:

- Impuesto de renta y complementarios, que de conformidad al decreto 920 de 2009, art 4° dice: *“Renta exenta en servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles. Las rentas provenientes de servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos entre el 1° de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, obtenidas por el establecimiento hotelero o por el operador según el caso, estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de treinta (30) años contados a partir del año gravable en que se inicien las operaciones.”*

- Impuesto sobre la renta para la equidad, que para el año 2016 la tasa impositiva será del 9%.
- Retención en la fuente a título de renta
- Retención en la fuente en el impuesto sobre las ventas
- Declaración del impuesto a las ventas - IVA
- Impuesto al consumo
- Declaración de información exógena
- Ventas régimen común

De igual forma, se debe realizar la inscripción ante la secretaria de hacienda municipal de Barichara en lo referente al pago del impuesto de Industria y comercio dentro de los 30 días siguientes a la apertura del establecimiento de conformidad con el Decreto Reglamentario 3070 de 1983 artículo 7 numeral 1.

Para la inscripción se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- Certificación o concepto de uso de suelos expedidos por la secretaria de planeación municipal.
- Concepto técnico de los bomberos, acerca de las instalaciones del hotel.
- Certificado de Paz y Salvo de SAYCO.

31. VISION, MISION, OBJETIVOS, PROCESOS, PRINCIPIOS Y POLITICAS DEL HOTEL

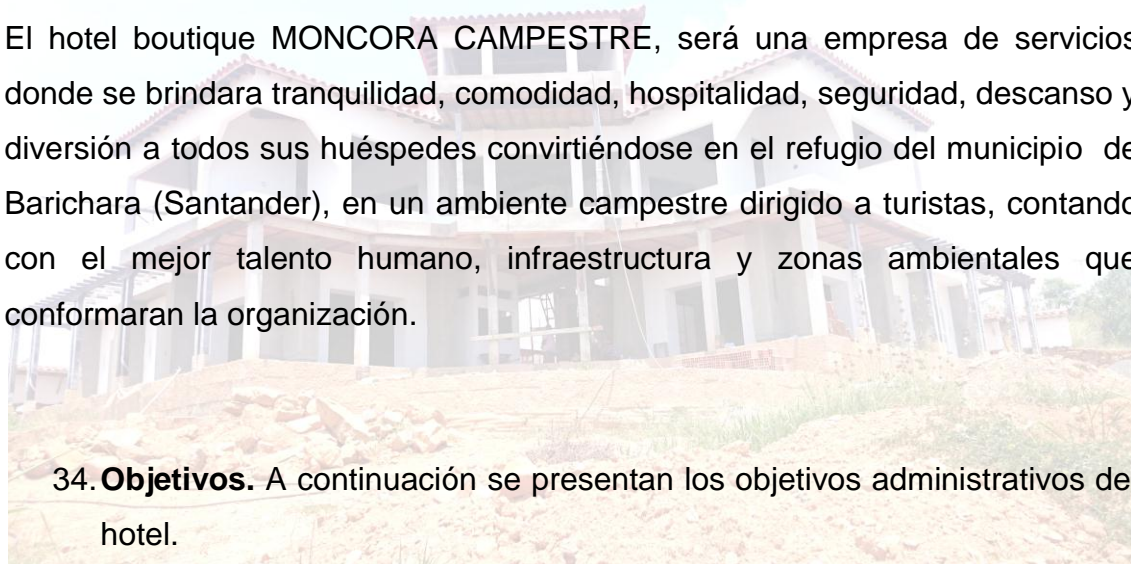
A continuación se estudian las características que describen al hotel. Estas características son la base de la identidad empresarial y cultural de esta empresa y exponen los ejes de trabajo para toda su estructura administrativa.

32. Visión. La visión de este hotel, inicialmente, estará proyectada a cinco años y se describe a continuación.

El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE en el año 2.020 será reconocido como uno de los mejores hoteles en la provincia de Guanentá y del departamento, comprometido en el cumplimiento de las expectativas de los clientes, brindando calidad de servicio y promoviendo valores culturales, turísticos y sociales.

33. Misión. La misión que este hotel, realizará para cumplir la Visión descrita anteriormente, la cual se enuncia a continuación

El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, será una empresa de servicios donde se brindara tranquilidad, comodidad, hospitalidad, seguridad, descanso y diversión a todos sus huéspedes convirtiéndose en el refugio del municipio de Barichara (Santander), en un ambiente campestre dirigido a turistas, contando con el mejor talento humano, infraestructura y zonas ambientales que conformaran la organización.



34. Objetivos. A continuación se presentan los objetivos administrativos del hotel.

- Generar empresa y empleo en el municipio de Barichara.
- Desarrollar estrategias comerciales que garanticen el lleno total del hotel durante todo el año.
- Lograr que el personal de la empresa mantenga un ambiente laboral armonioso.

- Hacer del servicio de alojamiento una posibilidad de vida para las personas que estén interesadas en mantener una calidad de vida en contacto con la naturaleza.
- Optimizar el flujo de ingresos de manera permanente, por medio de la prestación de servicios externos al hospedaje.
- Impulsar junto a la administración pública al municipio de Barichara como destino turístico atractivo con posibilidades de excelente hospedaje legal.



35. Procesos El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, desea promover la calidad en su proceso gerencial, proceso de gestión de talento humano, proceso de compras y proceso de servicios. Es por eso que en este capítulo se estandariza el proceso gerencial del hotel y se le da forma por medio de documentos administrativos llamados formatos, para que se tenga como modelo y posteriormente se puedan desarrollar la estandarización de los otros tres procesos. Esta estandarización se puede ver en el Anexo 9.

36. Proceso Gerencial. El proceso gerencial se encarga de planear, programar y ejecutar todas las actividades que contengan los diferentes procesos y procedimientos de cada una de las áreas administrativas y financieras del hotel.

Este proceso involucra el manejo de todos los procesos del hotel y tiene como inicio la entrada de la siguiente información.

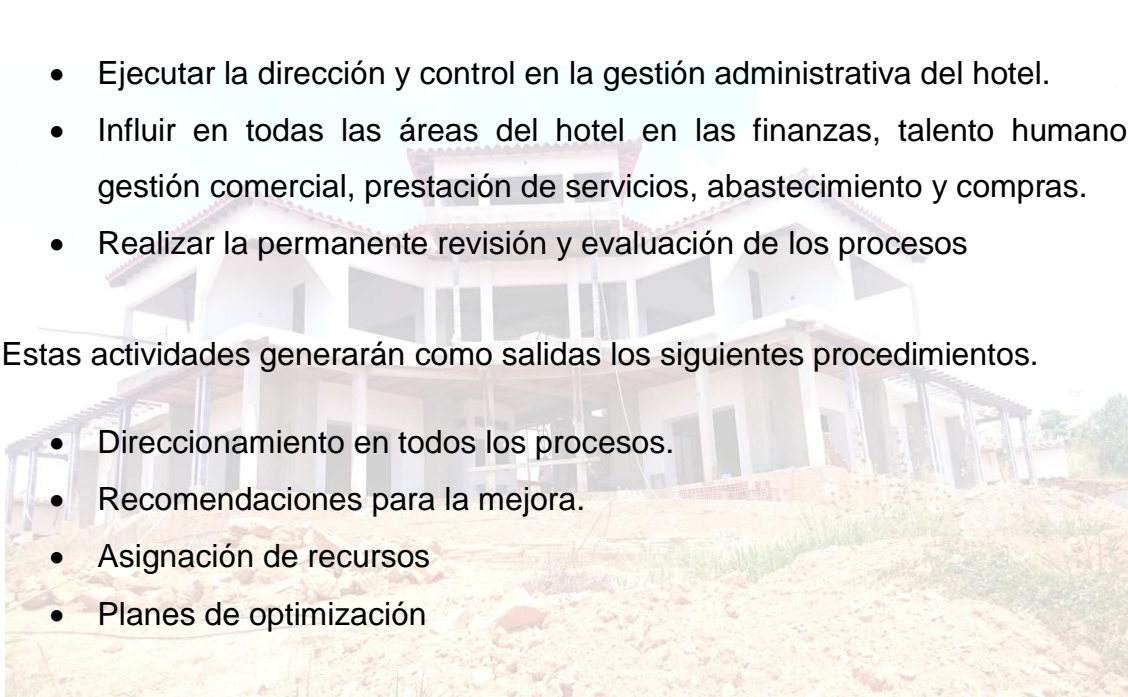
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Investigaciones de Mercado.
- Necesidades de Recursos
- Desempeño de los procesos

Con esta información se procesarán las actividades que se nombran a continuación.

- Ejecutar la dirección y control en la gestión administrativa del hotel.
- Influir en todas las áreas del hotel en las finanzas, talento humano, gestión comercial, prestación de servicios, abastecimiento y compras.
- Realizar la permanente revisión y evaluación de los procesos

Estas actividades generarán como salidas los siguientes procedimientos.

- Direccionamiento en todos los procesos.
- Recomendaciones para la mejora.
- Asignación de recursos
- Planes de optimización



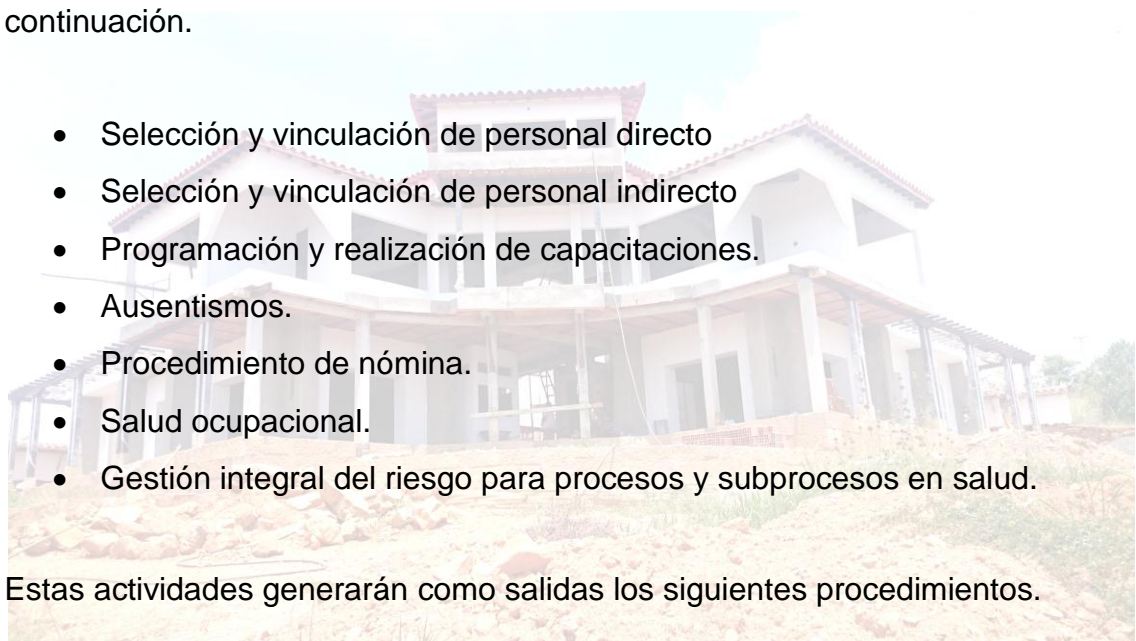
37. Proceso de Gestión de talento humano. Este proceso tiene como objetivo apoyar administrativamente cada una de las áreas de trabajo en el hotel, de modo que se garantice la permanente disponibilidad de talento humano por contratación directa o indirecta, para la prestación de los trabajos que se necesiten.

Este proceso involucra el manejo de todo el personal del hotel, desde su vinculación hasta su retiro.

Este proceso tiene como inicio la entrada de la siguiente información.

- Requisición de personal directo.
- Perfiles del cargo.
- Hojas de vida.
- Manual de funciones.
- Necesidad de capacitación.
- Horas aportadas.
- Personal incapacitado.
- Riesgos y accidentes de trabajo.

Con esta información se procesarán las actividades que se nombran a continuación.



- Selección y vinculación de personal directo
- Selección y vinculación de personal indirecto
- Programación y realización de capacitaciones.
- Ausentismos.
- Procedimiento de nómina.
- Salud ocupacional.
- Gestión integral del riesgo para procesos y subprocesos en salud.

Estas actividades generarán como salidas los siguientes procedimientos.

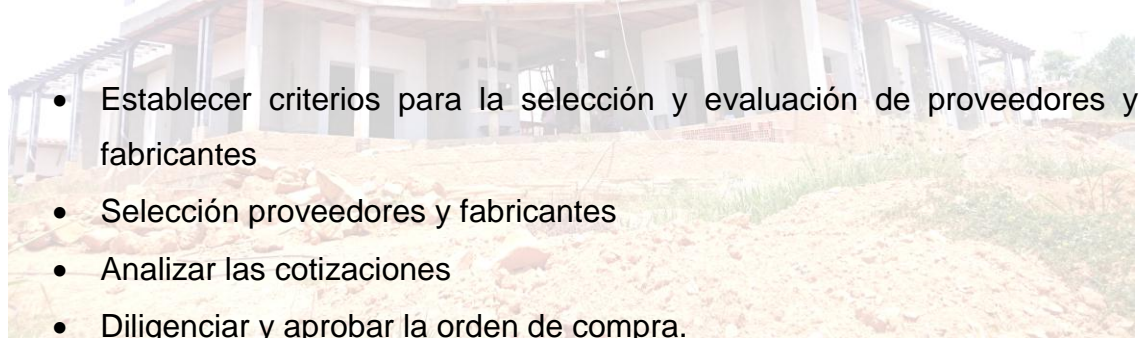
- Correcta contratación de personal directo e indirectos altamente calificado.
- Asignación de cargos dentro de los procesos a los trabajadores.
- Personal competente.
- Pago de nómina y de servicios externos a tiempo
- Pago a tiempo de los aportes de seguridad social.
- Programa de salud ocupacional.
- Personal contento y comprometido con el hotel
- Huéspedes conformes

38. Proceso de compras. Este proceso tiene como objetivo garantizar la disponibilidad de los insumos para la correcta operación del hotel, se encarga de identificar la necesidad de insumos necesaria y abarca la compra, entrega y verificación de los productos.

Este proceso tiene como inicio la entrada de la siguiente información.

- Necesidades de los huéspedes y del hotel.
- Información sobre proveedores y fabricantes
- Datos de las compras, como precio, cantidad y fecha
- Especificaciones técnicas y comerciales.
- Conocimiento de la legislación de la compras

Con esta información se procesarán las actividades que se nombran a continuación.



- Establecer criterios para la selección y evaluación de proveedores y fabricantes
- Selección proveedores y fabricantes
- Analizar las cotizaciones
- Diligenciar y aprobar la orden de compra.
- Recibir e inspeccionar productos comprados.
- Preservar y almacenar los productos comprados.
- Evaluar proveedores al momento de la selección

Estas actividades generarán como salidas los siguientes procedimientos.

- Productos que cumplen con los requisitos especificados.
- Proveedores calificados
- Buenos precios
- Huéspedes Conformes

39. Proceso de Servicios. Este proceso tiene como objetivo establecer y mantener excelentes relaciones comerciales entre el hotel y los turistas, con un alcance que va desde la solicitud de hospedaje hasta la salida del huésped. La prestación del servicio de hospedaje desea mantener al actual huésped y conseguir huéspedes posteriores.

Este proceso tiene como inicio la entrada de la siguiente información.

- Solicitud de hospedaje
- Quejas y reclamos.
- Solicitud de servicios de turismo
- Solicitud de servicios de recreación
- Solicitud de otros servicios durante el hospedaje
- Condiciones comerciales

Con esta información se procesarán las actividades que se nombran a continuación.

- Tomar las solicitudes de servicios de los huéspedes.
- Atender las quejas y reclamos.
- Definir el grado de urgencia e importancia de los compromisos.
Adquiridos con los huéspedes
- Ofrecer asesorías
- Optimizar la estrategia de prestación de servicios, para la consecución de nuevos huéspedes y mantenimiento de los actuales mediante las estrategias de marketing y publicidad adoptadas por el hotel.

Estas actividades generarán como salidas los siguientes procedimientos.

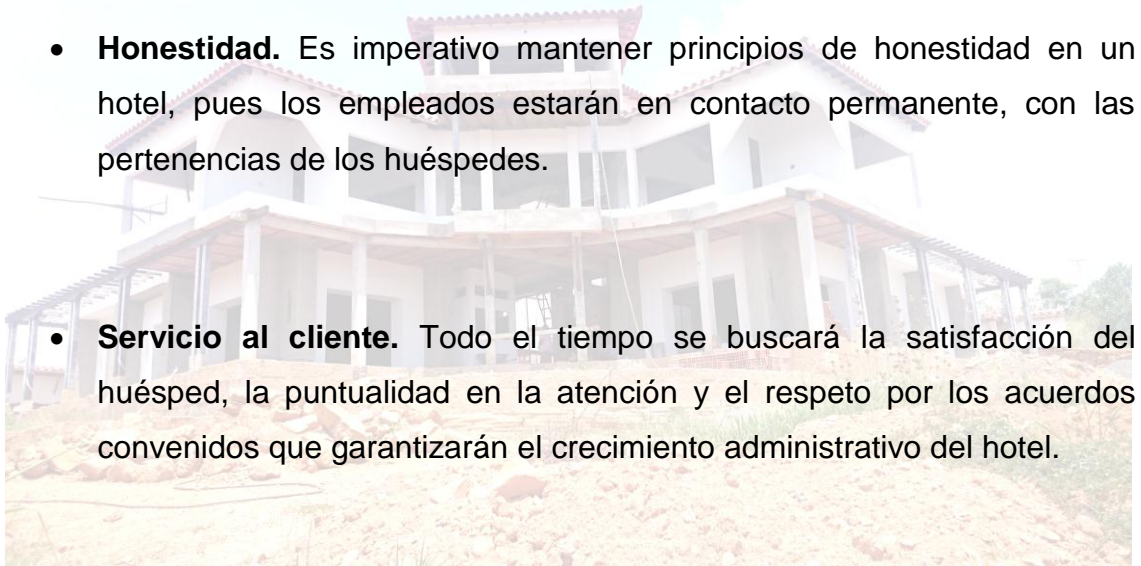
- Excelente servicio de hospedaje.
- Solución a quejas y reclamos.

- Excelente servicio de turismo
- Excelente servicio de recreación
- Excelente atención en servicios generales

40. **Principios.** El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, adoptará los siguientes principios corporativos.

- **Trabajo en equipo.** Se promoverá la colaboración y solidaridad entre los trabajadores del hotel, para mantener concordancia y brindar un excelente servicio y atención a los huéspedes.

- **Honestidad.** Es imperativo mantener principios de honestidad en un hotel, pues los empleados estarán en contacto permanente, con las pertenencias de los huéspedes.



- **Servicio al cliente.** Todo el tiempo se buscará la satisfacción del huésped, la puntualidad en la atención y el respeto por los acuerdos convenidos que garantizarán el crecimiento administrativo del hotel.

- **Franqueza.** El hotel promoverá que sus trabajadores mantengan la sinceridad ante cualquier opinión que se brinde.

- **Respeto.** El hotel promoverá, que los trabajadores brinden un trato respetuoso a todos los huéspedes y colegas.

- **Calidad y excelencia.** Para lograr la calidad y excelencia en todos los procesos del hotel, se promoverá que todas las actuaciones sean dirigidas a la obtención de los mejores resultados y a la autorregulación y optimización.

41. Políticas. Algunas políticas administrativas que el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, establecerá en sus procesos de describen a continuación.

42. Políticas de gestión de talento humano. Los trabajadores del hotel son la fuerza laboral de este, por lo tanto se les tratará con respeto y conveniencia según la ley.

- De acuerdo al proceso de selección del hotel, se elige el personal a través de entrevistas personales y pruebas psicotécnicas que busquen el mejor candidato que cumpla con los requisitos exigidos con el perfil de los cargos establecidos.

- El hotel vinculará a sus empleados directos a través de un contrato legal, con todas las prestaciones.

- El salario que se cancelará será acordado con la persona mediante un acuerdo mutuo dejando estipulado en el contrato laboral.

- Al personal operativo se le entregará su dotación para cumplir con sus tareas con toda la seguridad laboral.

43. Políticas de compras. Los proveedores se seleccionarán de acuerdo a los requerimientos del hotel y se estudiarán los mejores precios y productos que brinden economía y calidad a los huéspedes.

- Se requerirán mínimo tres cotizaciones para cada compra de activos, insumos o materiales.
- Se buscarán acuerdos de pago con los proveedores, que beneficien a las dos partes.
- El hotel contará con un mínimo de insumos con el fin de garantizar atención que el huésped merece.

44. **Políticas de prestación de Servicios.** Se considerarán las siguientes políticas.

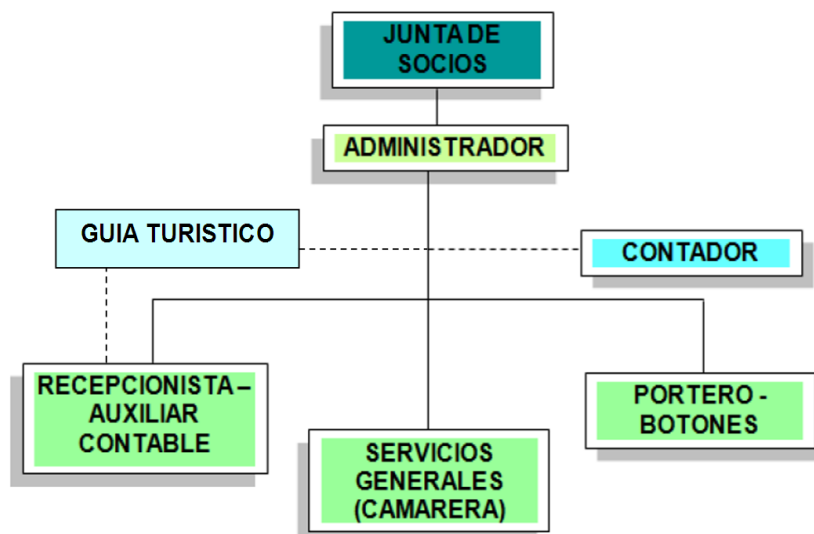
- La forma de pago por la prestación de servicios de hospedaje en el hotel se hará por medios convencionales y se hará de contado.
- Se manejará ofertas y descuentos a paquetes turísticos programados con empresas con las que se tengan convenios.
- Garantizar la fidelidad de los huéspedes.

45. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

46. **Organigrama.** La figura a continuación nos muestra la jerarquía, que existida en el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE.



Figura 11. Organigrama del hotel boutique MONCORA CAMPESTR



47. Descripción del perfil de los cargos. En el Anexo 10, se presenta el manual de funciones de los diferentes cargos del hotel, allí se describe el perfil de los cargos.

48. ASPECTOS LEGALES DE LA NORMATIVA HOTELERA A NIVEL NACIONAL

El conjunto de leyes, decretos y artículos que soportan este proyecto, se describen a continuación.

49. Aspectos legales sobre la constitución de la empresa. A continuación se describen las leyes que soportan la constitución de una empresa.

Ley 222 de 1995 Art. 30. Obligatoriedad de inscripción en el registro Mercantil. Esta ley nos ratifica que todas las empresas deben registrarse en la cámara de comercio, con el fin de que la Superintendencia de Industria y Comercio y otras entidades de control puedan regular las acciones comerciales de estas.

Ley 28 de 1931. Esta ley nos obliga a matricular toda empresa o negocio y registrar en la Cámara de Comercio todos aquellos documentos en los cuales se conste que esta iniciativa laboral puede afectar a terceros.

Decreto 410 de 1971. Código de Comercio, por medio de este decreto, se preceptúa que la constitución de una sociedad comercial debe hacerse mediante una escritura pública en la cual se registra el objeto social y la representación de la sociedad, teniendo como base que la administración de los bienes y de los negocios se enmarcarán dentro del contrato social.

50. Normatividad General y relacionada. A continuación se describen la normativa general que soportan la constitución de una empresa.⁹

La Ley 152 / 94 que establece los principios para la elaboración de un plan de desarrollo, que permiten guardar coherencia con los objetivos y alcances del Plan de Ordenamiento Territorial.

Ley 232 / 95. Artículo 2º. Matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio. Comprobante de pago expedido por SAYCO ACIMPRO, para aquellos establecimientos que ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago de derechos de autor. Cumplir con las condiciones referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación.

Ley 9ª de 1979 Cumplir con las normas sanitarias, descritas por esta ley y demás normas vigentes sobre la materia.

Artículos 65 al 69 del Estatuto Tributario Capítulo V.

Ley Mi Pyme 590 de Julio 10 / 2000. Ley por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo, fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

El Código Sustantivo de Trabajo.

Constitución Nacional. Artículo 52. “Por el cual reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y el aprovechamiento del tiempo libre”.

⁹ Internet <[http:// www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co). diario oficial 45326>

Código de Comercio entre los artículos 98 al 444 “presentan todas las condiciones fundamentales exigidas a cada tipo de sociedad”.

Ley 397 / 97 “Ley de la cultura”.

Ley 361 de Febrero / 1997 “por la cual se establecen incentivos a la realización de actividades culturales, deportivas y recreativas”.

La Ley 300 de 1996 “Ley General de Turismo”, establece en el artículo 73 la creación de la División de Policía de Turismo, la cual dependerá jerárquicamente de la Policía Nacional y administrativamente del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Así mismo, en el artículo 75 señala que son funciones de la Policía de Turismo: adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que, a juicio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de la Policía Nacional merezcan una vigilancia especial, atender labores de información turística, orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten.

Ley 1101 del 22 de noviembre de 2006 “Por el cual se modifica la ley 300 de 1996,

Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones:

Artículo 1º. El artículo 40 de la ley 300 de 1996, quedará así, de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, créase una contribución parafiscal con destino a la promoción y competitividad del turismo.

Artículo 15º. TASA COMPENSADA, FINDETER podrá realizar operaciones para la financiación de proyectos, inversiones o actividades relacionadas con el sector turismo.

Artículo 16°. INCENTIVOS TRIBUTARIOS, únicamente los prestadores de servicios turísticos debidamente inscritos en el Régimen Nacional de Turismo podrán ser beneficiarios de los incentivos tributarios consagrados a su favor.

Política sectorial de turismo, documento 3397, Consejo Nacional de política económica y social República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación, Bogotá DC, diciembre 28 de 2005 (CONPES 3397).

En el Anexo 11, se describe el procedimiento para la constitución de una empresa

51. Gastos de Constitución. A continuación se describen los gastos necesarios para la constitución legal del hotel.

Ante la Cámara de Comercio

- Registro Mercantil
- Registro Nacional De Turismo

Para la afiliación al registro nacional de turismo se necesitan los siguientes requisitos.

Prueba de existencia y representación legal si es persona jurídica o el certificado de inscripción en el Registro Mercantil, si es persona natural no deberán tener más de 30 días de expedición.

Certificado de matrícula mercantil del establecimiento de comercio a través del cual se van a prestar los servicios turísticos no deberán tener más de 30 días de expedición.

El trámite de inscripción no tiene ningún costo, no obstante luego de diligenciar el formulario de solicitud de inscripción de registro, debe proceder a pagar el impuesto de registro de que trata el artículo 226 de la Ley 223 de 1995. (Este impuesto es de carácter departamental y se genera por cualquier inscripción

que se realice en la Cámara de Comercio. Para estos efectos de acuerdo con el decreto 650 de 1996 se tomará como un documento sin cuantía).

Para la asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO se necesita presentar los siguientes documentos.

- Certificación Norma Técnica Sectorial NTSH 006 COTELCO “Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje – Categorización por estrellas de hoteles y requisitos normativos. Este certificado no es obligatorio cumplimiento.
- Afiliación
- Cuota de sostenimiento

Para realizar la afiliación a COTELCO se necesitan los siguientes requisitos.

1. Registro Nacional de Turismo
2. Certificado de Cámara de Comercio
3. RUT
4. Solicitud de afiliación (suministrado por COTELCO)
5. Declaración de origen de fondos y actividades lícitas (suministrado por COTELCO)
6. Documento de requisitos mínimos de afiliación.

El Hotel debe pagar:

1. Cuota bimestral en base a una fórmula establecida por COTELCO a nivel Nacional.
2. Ante el Municipio de Barichara
 - Inscripción industria y comercio.

En la siguiente tabla se muestran los pagos a realizar por concepto de impuestos, afiliaciones y gastos legales, que debe realizar el Hotel Boutique MONCORA CAMPESTRE S.A.S. y en el Anexo 12 se presenta el documento privado de constitución del hotel.

Tabla 19. Gastos legales para la constitución del hotel.

DESCRIPCION	VALOR
Impuestos	1.992.237
Industria y comercio	1.252.237
A la propiedad Raíz	550.000
De turismo	190.000
Afiliación	4.801.177
Contribución aportes parafiscales	1.043.531
Afiliación a COTELCO	1.878.823
Inscripción	678.823
Cuota de sostenimiento	1.200.000
Legales	1.530.914
Notariales	234.914
Registro mercantil	1.296.000
Tramites y licencias	6.107.400
Estudio de factibilidad	2.000.000
Derechos del punto de agua	778.000
Licencias de construcción	2.609.400
Otros	360.000
Sayco y Asinpro	360.000
VALOR TOTAL A PAGAR	14.431.728

52. ANALISIS FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Para la empresa hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, las inversiones están constituidas por el conjunto de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todo los bienes y servicios necesarios para su implementación y así dotarla de su capacidad operativa. La inversión del hotel, comprende tres categorías: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo, estas categorías se analizarán para el año de creación del hotel o año cero. En el Anexo 13 se puede observar el total de las tablas correspondientes al análisis proyección y evaluación financiera de este hotel.

5.1.1 Inversión fija. Corresponde a los bienes físicos que se necesitan para la correcta operación del hotel.

5.1.1.1 Terrenos. Lugar donde se ubicará el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, el terreno tiene un área total de 2.586 m² y se encuentra ubicado en la vereda Caraquita a la entrada al casco urbano del municipio de Barichara, Tiene un precio de \$ 52.500.000.

5.1.1.2 Construcción y edificaciones. Se realizan en el predio para la prestación del servicio de hospedaje con su zona recreacional y social. El área a construir es de 1.313 metros². Tiene un precio total de \$ 886.614.427, el cual corresponde a \$675.259.

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. La maquinaria y equipo que se refiere para el hotel está conformada por los activos de cada habitación, recepción y cafetería, tiene un precio total de \$40.000.000.

5.1.1.4 Muebles y enseres del hotel. Son aquellos que se requiere para el hotel en cada habitación, recepción y cafetería. Tiene un precio total de \$48.398.464.

5.1.1.5 Herramientas. Son elementos necesarios para el desarrollo operativo del hotel. Tiene un precio total de \$ 17.594.496

5.1.1.6 Lencería. Son aquellas que se utilizan para la prestación directa del servicio y lograr una satisfacción total del cliente. Tiene un precio total de \$ 34.007.040

5.1.1.7 Equipo de oficina. Es el equipo que necesita el Administrador y la Junta de Socios junto a la Recepcionista para sus actividades de oficina y recepción. Tiene un precio total de \$15.100.000

5.1.1.8 Total inversión fija. Se totaliza los activos determinados anteriormente para la puesta en marcha del Hotel. Tiene un valor de \$ 1.094.214.427

5.1.2. Inversión diferida. Son bienes no físicos y derechos del hotel necesarios para su funcionamiento, tales como: nombre comercial, inversiones y todos aquellos gastos pre operativos los cuales incluyen estudios de factibilidad, gastos de adecuación, organización y puesta en marcha.

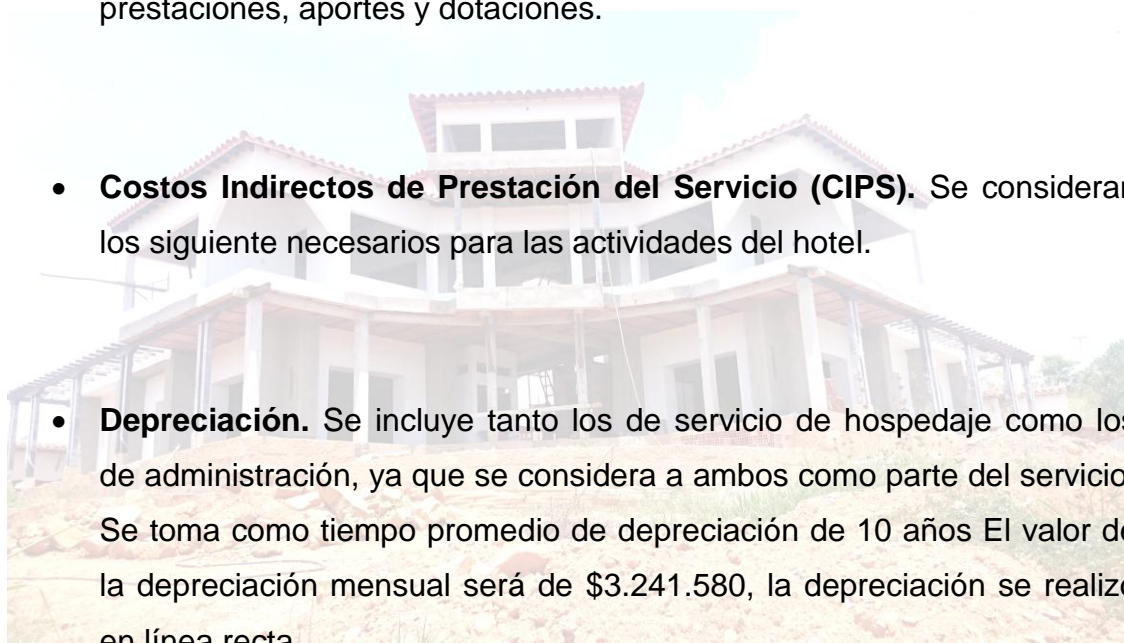
Dadas sus características estos se amortizan generalmente durante los primeros diez años de operación. La inversión diferida tiene un valor total de \$ 17.278.314

5.1.3. Inversión capital de trabajo. Para la operación normal del hotel se contará con un capital de trabajo para un mes, con el propósito de tener efectivo requerido para su normal funcionamiento.

5.1.3.1 Costos de prestación del servicio. El costo se determina midiendo los parámetros: mano de obra directa y costos indirectos del servicio.

- **Materias Primas.** Corresponde a los insumos y alimentos necesarios para cumplir con el servicio de desayuno. Tienen un costo de \$2.133 diarios por huésped.
- **Mano de Obra Directa.** Son las personas que deben atender a los turistas en recepción, habitaciones y demás áreas del hotel. Tiene un costo básico anual de \$ 48.875.253, a este costo se le suma las prestaciones, aportes y dotaciones.

- **Costos Indirectos de Prestación del Servicio (CIPS).** Se consideran los siguiente necesarios para las actividades del hotel.



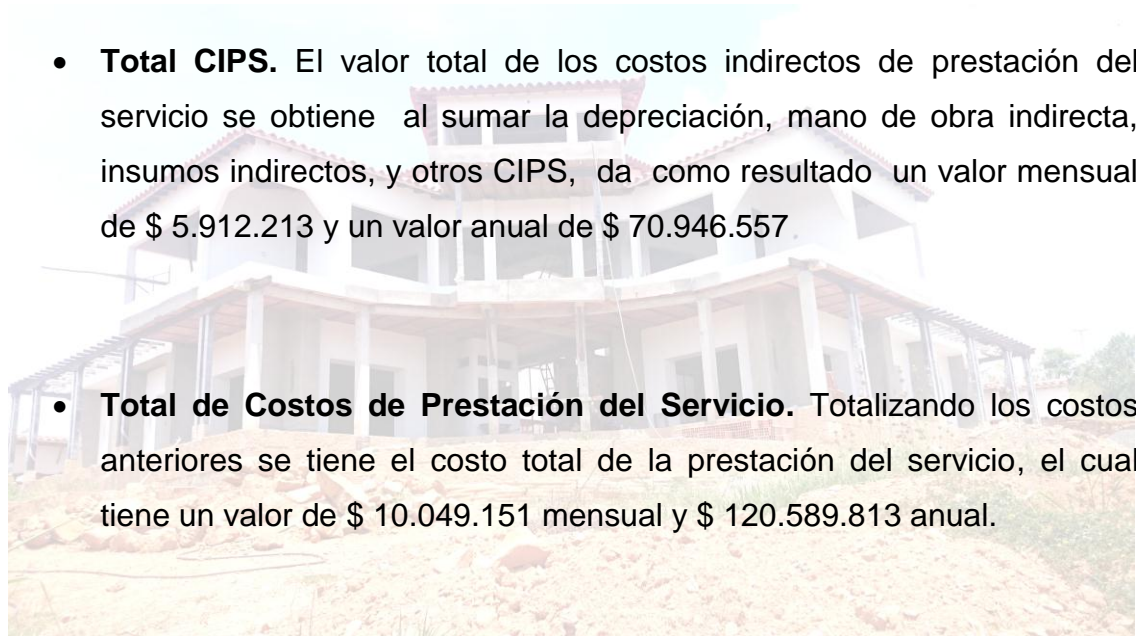
- **Depreciación.** Se incluye tanto los de servicio de hospedaje como los de administración, ya que se considera a ambos como parte del servicio. Se toma como tiempo promedio de depreciación de 10 años El valor de la depreciación mensual será de \$3.241.580, la depreciación se realizó en línea recta

- **Mano de Obra Indirecta.** Solamente se considera como mano de obra indirecta en la prestación del servicio de hospedaje al Administrador del hotel. Tiene un costo básico anual de \$ 15.600.000 a este costo se le suma las prestaciones y aportes.

- **Insumos Indirectos.** Los insumos considerados son los empleados para realizar el aseo y demás elementos de oficina. Tiene un valor total anual de \$ 7.140.831.
- **Otros CIPS.** Se consideran los mantenimientos y reparaciones de las máquinas y equipos empleados en la prestación del servicio, para este costo se maneja un 5% del valor de los equipos y maquinas del hotel. Tiene un valor total anual de \$ 9.306.771

- **Total CIPS.** El valor total de los costos indirectos de prestación del servicio se obtiene al sumar la depreciación, mano de obra indirecta, insumos indirectos, y otros CIPS, da como resultado un valor mensual de \$ 5.912.213 y un valor anual de \$ 70.946.557

- **Total de Costos de Prestación del Servicio.** Totalizando los costos anteriores se tiene el costo total de la prestación del servicio, el cual tiene un valor de \$ 10.049.151 mensual y \$ 120.589.813 anual.



5.1.3.2 Gastos de Administración y Ventas. Los gastos de administración son aquellos que se ven reflejados en la inversión que no se puede recuperar, para este análisis se tendrá en cuenta los gastos de servicios públicos publicidad operativa,

- **Servicios Públicos.** El costo total de los servicios públicos se prorrateó a favor de la parte operativa y de acuerdo a observaciones hechas en los hoteles de la competencia se asumirá un valor de \$755.000 mensual, para el primer año de operación, para un valor anual de \$9.060.000.

- **Total de Gastos de Administración y Ventas.** Es el valor del total de gastos que incurren los servicios públicos, publicidad de operación, dotación y honorarios del contador. Tienen un valor mensual de \$2.368.333 y anual de \$ 28.420.000.
- **Gastos financieros.** Para apalancar el proyecto se requiere de un crédito bancario, el cual presenta las siguientes características, interés anual con cuota variable del 12%, plazo 120 meses para un monto de \$335.000.000. El valor anual de la amortización es de \$ 33.500.000 y el



primer año tendrá intereses de \$40.200.000 los cuales van disminuyendo hasta llegar el décimo año a \$635.247

5.1.3.3 Total capital de trabajo. La inversión de capital de trabajo para el hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, corresponde al efectivo necesario para cubrir el primer mes de actividad, este valor es de \$18.559.151

5.1.4 Inversión total. En este rubro considera todas las inversiones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo Tiene un valor de \$ 1.130.051.892

5.1.5 Fuentes de financiación. El hotel boutique MONCORA CAMPESTRE cuenta con las siguientes fuentes financieras.

53. Recursos propios. Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por un valor de \$759.214.427 estos corresponden al 69 % de la inversión total fija.

b) Recursos de terceros. Para obtener el 31% (\$ 335.000.000) restante requerido para satisfacer los costos de la inversión total fija, se va a recurrir a un préstamo diligenciado ante una entidad bancaria, con las características descritas anteriormente.

5.2 COSTOS.

5.2.1 Costos fijos. Son aquellos costos que no tiene variación en el año. Tienen un valor de \$ 196.780.538 y corresponde a MOD, MOI, Amortización

Diferidos, Dotación, Honorarios, Televisión, Internet, Depreciación, Seguros, Mantenimiento, Publicidad de Operación y Amortización de Crédito

5.2.2 Costos variables. Son los costos que tienen variación en el año. Tienen un valor de \$ 41.274.319 y corresponde a Materia Prima, Insumos, Otros CIPS, Servicios Públicos (Agua, Electricidad, Teléfono y Gas) e Intereses al crédito

5.2.3 Costos totales. Corresponde a la suma de costos fijos y variables durante el primer año. Tienen un valor anual de \$238.054.857

5.2.4 Costos unitarios del servicio. Corresponde al costo que vale la prestación unitaria del servicio durante el año 2016; para esto se tuvo en cuenta el costo total y la cantidad de huéspedes esperados en un año normal con 7 meses de temporada baja y 5 meses de temporada alta, la cual es de 1308 huéspedes en temporada baja y 1984 huéspedes en temporada alta para un total de 3292 huéspedes en el año 2016. Como es de recordar este cálculo al igual que los otros se hará en el supuesto de dos personas por habitación, para obtener un rendimiento financiero más cercano a la realidad, por lo tanto se asumirá un total de 654 servicios en temporada baja y 992 en temporada alta, para un total de 1646 servicios de habitación en el transcurso del año. Tiene un valor por servicio de habitación doble de \$ 144.626, de los cuales el 82,66% pertenecen a costo fijo unitario y el 17,34% pertenecen a costo variable unitario.

5.3 PRECIO DE VENTA.

El precio de venta se calculó en el capítulo dos, teniendo en cuenta el promedio de precios de hospedaje de los hoteles que se consideran competencia del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE en el municipio de Barichara, San Gil y Villanueva, esto nos proporciona para las habitaciones doble y suites los precios serán de \$178.933 en temporada baja y \$212.337 en temporada alta. Para una habitación familiar de cinco personas el costo sería \$303.379 en temporada baja y \$367.959 en temporada alta.

Si manejamos el precio de venta bajo la siguiente ecuación.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo total unitario} \times (1 + \%Utilidad)$$

$$\%Utilidad = \frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo total unitario}}{\text{Costo total unitario}}$$

En el Anexo 13, se observa el cálculo del precio de venta del servicio de hospedaje para las temporadas bajas y altas para los tres tipos de habitaciones con el promedio de los precios de los hoteles cuatro estrellas, que están en Barichara, San Gil y Villanueva, la utilidad para temporada baja y alta esta dentro de valores aceptables (23,72% y 46,82%) mientras que para la habitación familiar no se generan utilidades, es por esto que se replantea el precio de venta del servicio de la habitación familiar (5 personas) para las dos temporadas, manteniendo el mismo porcentaje de utilidad de las habitaciones dobles, quedando como precio de hospedaje de \$ 447.330 en temporada baja y \$ 530.851 en temporada alta, precios similares para este mismo tipo de habitaciones lo tienen algunos hoteles de la competencia.

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el punto de equilibrio se va a considerar el precio del servicio en temporada baja y temporada alta, para las habitaciones con dos huéspedes. El punto de equilibrio se calcula de la siguiente forma.

$$Q_u = \frac{CF}{P_{vu} - C_{vu}}$$

Donde:

Q_u = Punto de equilibrio

CF = Costo Fijo Total

P_{vu} = Precio venta unitario

C_{vu} = Costo variable unitario

Para este análisis se tiene los siguientes valores, para temporada baja

CF = \$ 196.780.538

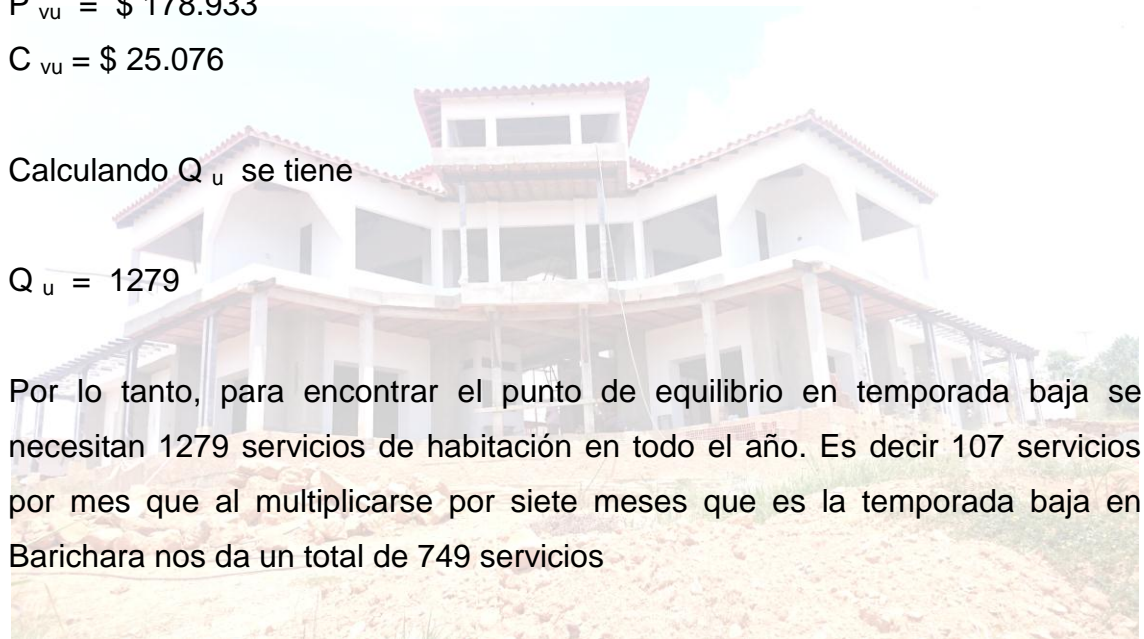
P_{vu} = \$ 178.933

C_{vu} = \$ 25.076

Calculando Q_u se tiene

$Q_u = 1279$

Por lo tanto, para encontrar el punto de equilibrio en temporada baja se necesitan 1279 servicios de habitación en todo el año. Es decir 107 servicios por mes que al multiplicarse por siete meses que es la temporada baja en Barichara nos da un total de 749 servicios



Para temporada alta

CF = \$ 196.780.538

P_{vu} = \$ 212.337

C_{vu} = \$ 25.076

Calculando Q_u se tiene

$Q_u = 1051$

Por lo tanto, para encontrar el punto de equilibrio en temporada alta se necesitan 1051 servicios de habitación en todo el año. Es decir 88 servicios por mes que al multiplicarse por cinco meses que es la temporada alta en Barichara nos da un total de 440 servicios

La suma de las dos cantidades del punto de equilibrio nos da un total de 1189 servicios al año entre temporada baja y temporada alta. Como se puede observar esta cantidad de servicios es menor a la cantidad de servicios estimados en un año normal la cual corresponde a 1646, de los cuales 654 son en temporada baja y 992 en temporada alta; esto quiere decir que la demanda que estamos satisfaciendo está por encima del punto de equilibrio creando ingresos anuales por encima de los costos fijos e incluso del Costo Total, lo cual genera utilidades.

5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS

Como se ha podido notar en este proyecto se manejan tres escenarios financieros uno pesimista, uno normal y uno optimista, el más probable de todos es el escenario en temporada normal por lo tanto se desarrollará las proyecciones financieras a partir del valor de ingresos generados en este horizonte.

54. Ingresos. Los ingresos operacionales del hotel boutique estarán determinados por el servicio de hospedaje. Como las proyecciones se están haciendo a precios constantes, y de acuerdo al precio de prestación del servicio o precio de venta definido anteriormente para un escenario financiero normal, se manejarán la cantidad de huéspedes estudiados en la demanda proyectada a 10 años, notando que a medida que avanzan los años se incrementan la cantidad de dinero obtenida por

la prestación de servicios de hospedaje, pues la demanda va aumentando.

5.5.2 Egresos. Corresponden a todas las salidas de dinero, que el hotel necesita hacer para prestar el servicio de hospedaje, en estas salidas se incluyen también las amortizaciones. Se puede notar que a medida que avanzan los años se incrementan la cantidad de egresos del hotel, pero aumenta a una tasa menor que la de los ingresos.

55. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A DIEZ AÑOS

Después de haber realizado los cálculos anteriores, se elaboran los Estados de Resultados, Balance General y el Flujo de Caja proyectados para los diez (10) primeros años.

5.6.1 Estados de resultados proyectados a 10 años. En el Estado de Resultados Proyectados, se relacionan los ingresos y egresos proyectados a 10 años, es decir desde el año 2016 al 2025, este Estado de Resultados proyectado a 10 años muestra que el aumento de las utilidades del hotel se pronuncian a medida que se deprecian las inversiones y se amortiza el crédito obtenido, si se observan los valores calculado se puede definir un horizonte económico rentable en la creación de este hotel.

5.6.2 Balance General proyectados a 10 años. El Balance General se proyectará a 10 años, es decir desde el año 2016 al 2025. Este Balance General permite ver que el incremento del patrimonio se pronuncia en el último año, una vez se haya hecho el pago total de la inversión y se haya depreciado en su totalidad todas los equipos, máquinas y enseres necesarios para esta actividad.

5.6.3 Flujo de Caja proyectados a 10 años. El Flujo de Caja se proyectará a 10 años, es decir desde el año 2016 al 2025. Este flujo de caja muestra un

saldo final que se incrementa al pasar del tiempo, y que tiene su máximo valor en el décimo año; lo cual permitirá a la Junta de Socios tomar decisiones de inversión que permitan aumentar las ganancias del hotel a partir de esta fluidez.

5.7 EVALUACION FINANCIERA

5.7.1 Valor Presente Neto VPN. El valor presente neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del proyecto frente a la inversión con respecto a las variables económicas y financieras del mercado, con una tasa de interés de oportunidad del mercado o la tasa mínima atractiva de retorno, la cual es utilizada como tasa de descuento.

Con el fin de calcular técnicamente la tasa de descuento, se utilizará el WACC denominado en ocasiones en español Coste Medio Ponderado de Capital (CMPC), el cual es la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos operativos para valorar una empresa utilizando el descuento de flujos de fondos. El resultado que se obtiene será un porcentaje, y cualquier inversión que esté por encima de este se considerará aceptable. La necesidad de utilización de este método se justifica en que los flujos de fondos operativos obtenidos, se financian tanto con capital propio como con capital de terceros, el WACC lo que hace es ponderar los costos de cada una de las fuentes de capital, para desarrollar el cálculo del WACC se utiliza la siguiente fórmula.

$$WACC(cpp) = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

Dónde.

- WACC = Promedio Ponderado del Costo de Capital
- Ke = Tasa de costo de oportunidad de los accionistas (patrimonio) basado en una tasa libre de riesgo (TES a 10 años) más un factor de riesgo medio
- CAA = Capital aportado por los accionistas
- D = Deuda financiera contraída
- Kd = Costo de la deuda financiera
- T = Tasa de Impuestos

La tasa de oportunidad se calcula a partir de los datos del valor de la tasa de captación que nos ofrece el banco de la republica a la fecha de hoy

- Tasa de oportunidad o tasa mínima atractiva (DTF) de 6,76%.¹⁰
- Factor de riesgo, 12,85 %; valor obtenido sobre el riesgo que implica desarrollar una actividad comercial como lo es la prestación de servicios de hospedaje.

$$\text{Tasa de evaluación} = ((1 + 0,0676)(1 + 0,1285) - 1) * 100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = ((1,0676)(1,1285) - 1) * 100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = (1,2047 - 1) * 100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = 20,47 \%$$

De acuerdo con lo anterior se tiene una tasa del 20,47 % efectivo anual.

Calculada la tasa de descuento a utilizar se procede a aplicarla al flujo de caja neto operativo con el fin de traer al presente los flujos futuros del hotel y

¹⁰ www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_tas_inter_capt_sem_men.htm. Octubre 15 del 2015.

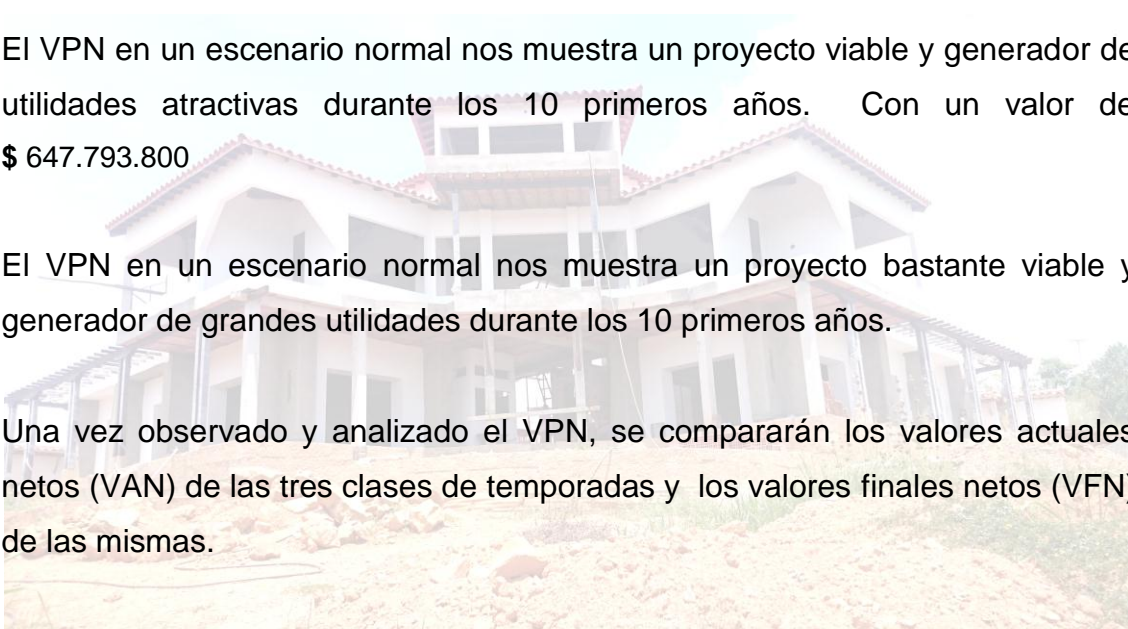
deducir de éstos el valor de las salidas de efectivo al iniciar el proyecto. De acuerdo con esto, se presenta el cálculo del Valor Presente Neto en el supuesto de que los diez primeros años de prestación de servicios de hospedaje se desarrollen en un escenario totalmente pesimista es decir en temporada baja, posteriormente se hace el cálculo del VPN en temporada normal y se finaliza con el cálculo en un escenario totalmente optimista o temporada alta.

El VPN en un escenario pesimista nos muestra un proyecto no viable y generador de pérdidas económicas. Con un valor de -\$ 86.761.917

El VPN en un escenario normal nos muestra un proyecto viable y generador de utilidades atractivas durante los 10 primeros años. Con un valor de \$ 647.793.800

El VPN en un escenario normal nos muestra un proyecto bastante viable y generador de grandes utilidades durante los 10 primeros años.

Una vez observado y analizado el VPN, se compararán los valores actuales netos (VAN) de las tres clases de temporadas y los valores finales netos (VFN) de las mismas.


$$VAN_{\text{Temporada Baja}} = -\$258.288.218$$

$$VAN_{\text{Temporada Normal}} = \$141.677.272$$

$$VAN_{\text{Temporada Alta}} = \$575.323.384$$

Como se puede observar el VAN para un escenario pesimista, nos muestra que los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá este proyecto financiero, luego de descontar la inversión inicial, no queda sino en deudas,

mientras que para un escenario en temporada normal y optimista se ven ganancias con grandes incrementos para la temporada alta.

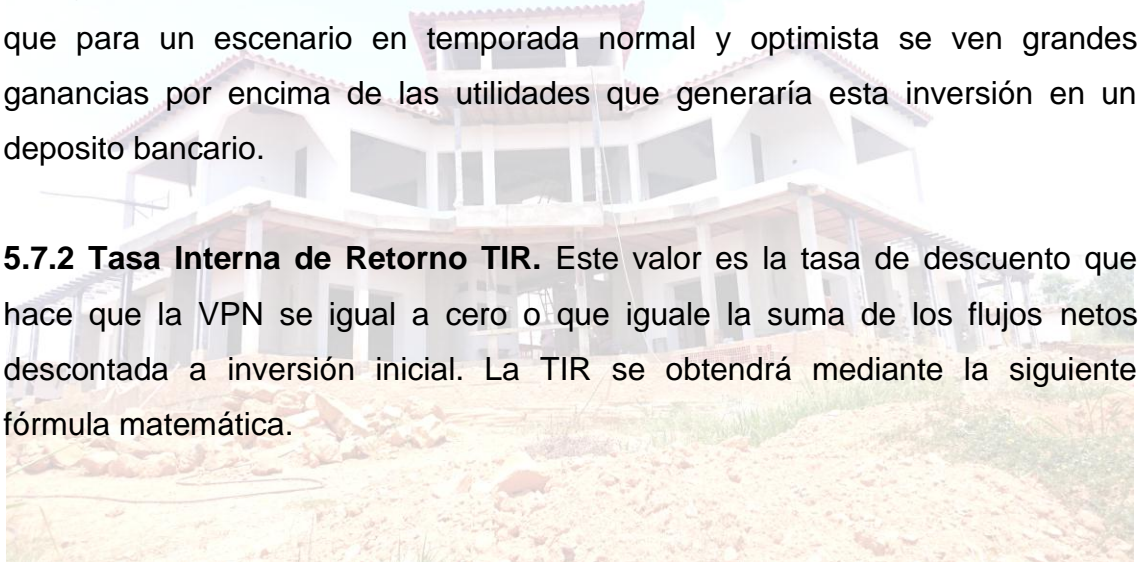
$$VFN_{\text{Temporada Baja}} = \$ - 5.932.687.679$$

$$VFN_{\text{Temporada Normal}} = \$ 3.254.221.236$$

$$VFN_{\text{Temporada Alta}} = \$ 13.214.748.926$$

Como se puede observar el VFN para un escenario pesimista, nos muestra que la cantidad de dinero que este proyecto genera a la Junta de Socios, no son ganancias sino solo pérdidas al final de los diez primeros años, mientras que para un escenario en temporada normal y optimista se ven grandes ganancias por encima de las utilidades que generaría esta inversión en un deposito bancario.

5.7.2 Tasa Interna de Retorno TIR. Este valor es la tasa de descuento que hace que la VPN se igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada a inversión inicial. La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.



$$VPN = \sum(X) (1+r)^{-t}$$

Dónde

$$VPN = 0$$

X = Flujo neto de caja cada año (del 0 al 10)

r = TIR =?

t = Período de 0 hasta 10 años

Apoyados en Excel, se aplican los valores en fórmula y se obtiene que la TIR del proyecto para un escenario pesimista, normal y optimista.

$TIR_{\text{Temporada Baja}} = 1\% \text{ anual}$

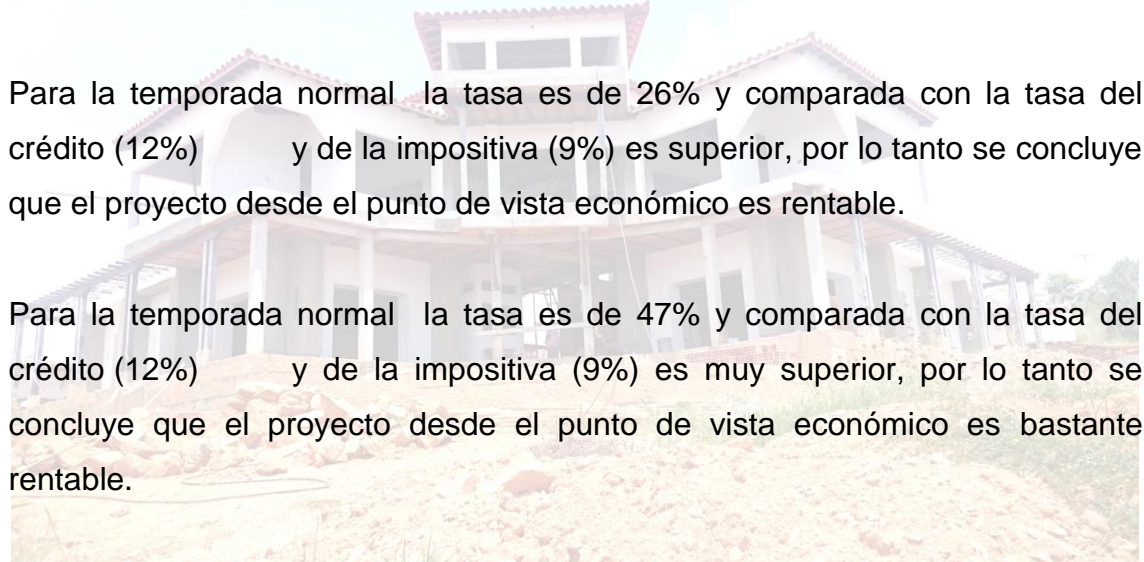
$TIR_{\text{Temporada Normal}} = 26\% \text{ anual}$

$TIR_{\text{Temporada Alta}} = 47\% \text{ anual}$

Para la temporada baja la tasa es de 1% y comparada con la tasa del crédito (12%) y de la impositiva (9%) es muy inferior y casi nula, por lo tanto se concluye que el proyecto desde el punto de vista económico no es rentable.

Para la temporada normal la tasa es de 26% y comparada con la tasa del crédito (12%) y de la impositiva (9%) es superior, por lo tanto se concluye que el proyecto desde el punto de vista económico es rentable.

Para la temporada alta la tasa es de 47% y comparada con la tasa del crédito (12%) y de la impositiva (9%) es muy superior, por lo tanto se concluye que el proyecto desde el punto de vista económico es bastante rentable.



5.7.3 Período de Recuperación. Al igual que los anteriores ítems se analizará el periodo de recuperación en supuesto de temporada de hospedaje baja o pesimista, temporada normal y temporada alta u optimista. Siempre y cuando se den las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto en cada temporada, el monto de \$ 1.094.214.427 se recuperará en el tiempo estimado en las siguientes tablas.

Se puede observar en la tabla bajo el supuesto de un escenario de hospedaje pesimista el proyecto económico no se recupera.

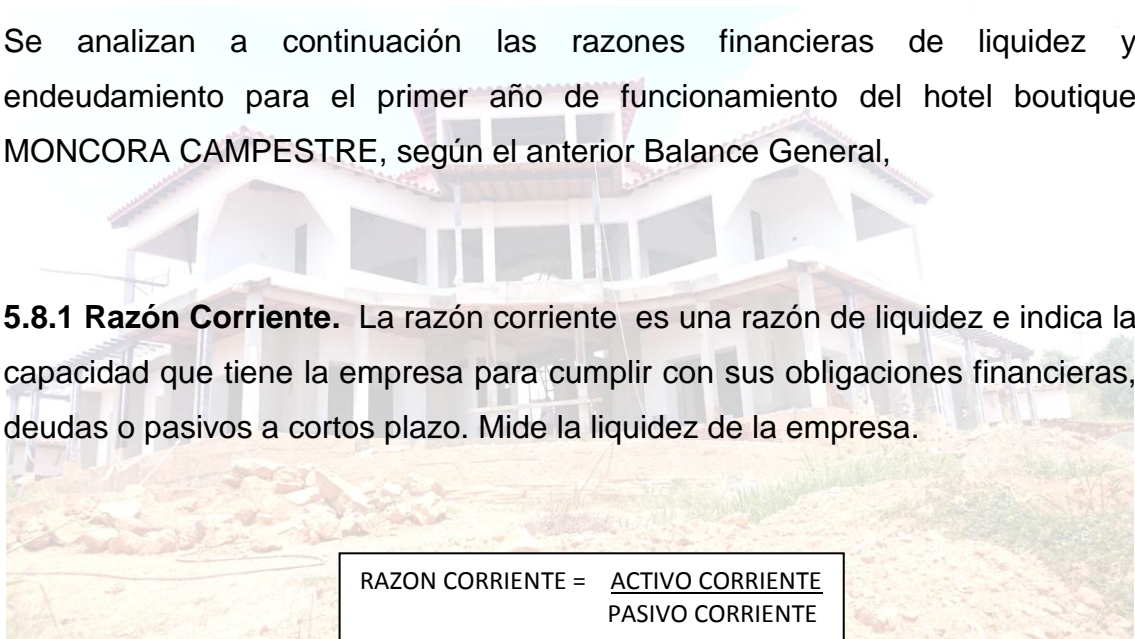
En el supuesto de un escenario de hospedaje normal el proyecto económico se recupera, en el año 10, el 19 de febrero.

En el supuesto de un escenario de hospedaje normal el proyecto económico se recupera, en el año 4, el 3 de diciembre.

5.8 CALCULO DE RAZONES FINANCIERAS

Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez y endeudamiento para el primer año de funcionamiento del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE, según el anterior Balance General,

5.8.1 Razón Corriente. La razón corriente es una razón de liquidez e indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a cortos plazo. Mide la liquidez de la empresa.



$$\text{RAZON CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

Esta razón nos muestra que por cada peso que adeuda el hotel en el pasivo corriente, este tiene en el año primer año 1,22 pesos para pagar las deudas, el cual va creciendo hasta llegar a un valor de 3,5 a los 10 años, debido a que las obligaciones de corto plazo van disminuyendo al mismo tiempo que los activos corrientes del proyecto se aumentan. Es un índice aceptable para la liquidez del hotel y sirve de respaldo ante proveedores y entidades financieras y para respaldar cualquier necesidad económica del hotel, como puede ser su expansión.

5.8.2 Razón capital de trabajo. Es una manera de control interno, se interpreta como el exceso monetario de activos corrientes sobre los pasivos corrientes.

La fórmula para hallar el capital de trabajo es:

Capital de trabajo= Activo corriente-pasivo corriente

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE}$$

Representa la diferencia entre el total de activos y pasivos corrientes con vencimiento o cumplimiento menor o igual a un año. Muestra el valor que le quedaría al hotel, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la Junta de Socios y Administrador tomar decisiones de inversión, para obtener rendimientos financieros sobre las ganancias. Para este caso, la empresa cuenta con \$14.545.817 de capital de trabajo disponible para la operación del primer año, este valor se ve algo pequeño dado la inversión inicial que el hotel está requiriendo para su correcto funcionamiento, pero al igual que la razón corriente a medida que transcurre el tiempo los pasivos disminuyen haciendo que el capital de trabajo aumente hasta llegar a \$2.285.321.489 en el décimo año de operaciones mostrando ganancias que pueden invertirse o repartirse entre los socios.

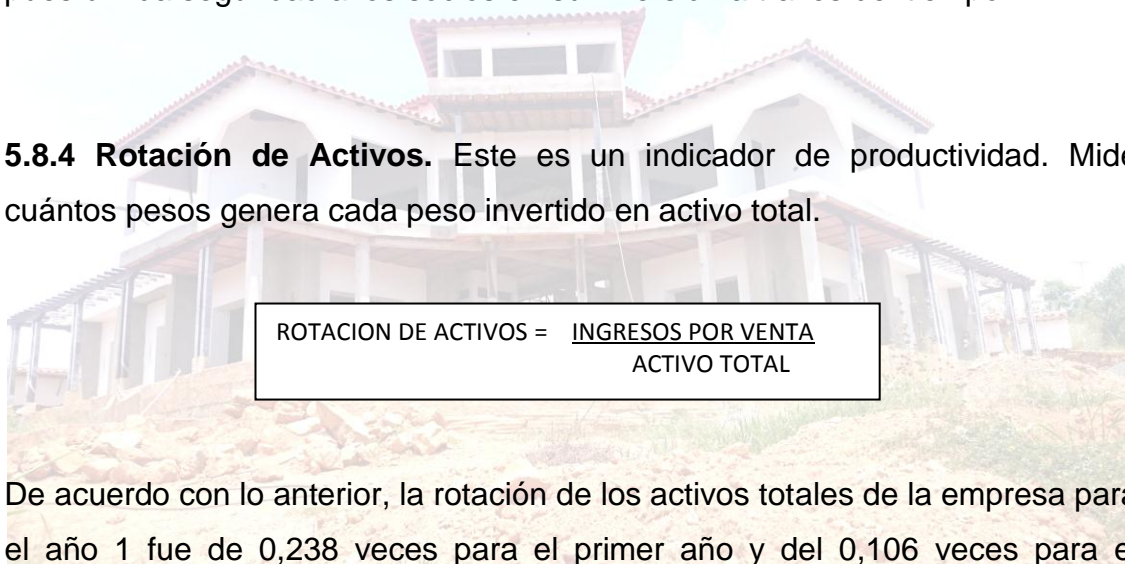
5.8.3 Razón de Endeudamiento. Permite identificar el grado de endeudamiento que tiene el hotel y la capacidad para asumir sus deudas.

$$\text{RAZON DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

Esta razón tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa y el riesgo que toman tales acreedores, el riesgo de los dueños y lo conveniente o inconveniente que puede ser endeudarse. En este caso se observa que para el año uno, por cada peso que la empresa tiene invertido en activos, se ha financiado en 32,26 centavos, es decir que inicialmente menos de la tercera parte de los activos del hotel fueron adquiridos a través de recursos externos a los recursos de los socios.

A medida que pasan los años el riesgo va disminuyendo pues el hotel va generando recursos propios y va disminuyendo las deudas, esto es favorable pues brinda seguridad a los socios en su inversión a través del tiempo.

5.8.4 Rotación de Activos. Este es un indicador de productividad. Mide cuántos pesos genera cada peso invertido en activo total.



$$\text{ROTACION DE ACTIVOS} = \frac{\text{INGRESOS POR VENTA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

De acuerdo con lo anterior, la rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 0,238 veces para el primer año y del 0,106 veces para el décimo año; es decir que por cada peso que se tiene invertido en activos se generan ventas de 24 centavos para el primer año y de 11 centavos para el décimo año.

Inicialmente se observa un indicador muy bajo por los pocos recursos que se generan, sin embargo es de tenerse en cuenta que por un lado la inversión en activos fijos es alta, y en el balance general el patrimonio crece cada año, generando recursos que pueden reinvertirse.

Sumado a esto hay que recordar que la rentabilidad de un negocio no solo se mide por la rotación de sus activos sino también por el ROE y el margen de utilidad entre otros indicadores.

5.8.5 ROE. Este es un indicador de rentabilidad de patrimonio y se encarga de identificar la Rentabilidad sobre Recursos Propios, midiendo la rentabilidad obtenida por los accionistas de los fondos que se han invertido en la sociedad.

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$$

Como se puede notar los socios adquieren mayor rentabilidad año tras años empezando con un 2,66% y disparándose al 102% en el décimo año debido, al pago de todas las deudas. Este indicador complementa el indicador de la rotación de activos.

5.8.6. NOPAT. Es el beneficio operativo después de impuestos. Se calcula como beneficio operativo menos el impuesto.

$$\text{NOPAT} = \text{UTILIDAD OPERACIONAL} - \text{IMPUESTOS}$$

Este indicador nos muestra el margen operativo que queda para los socios si el hotel no tuviera deuda. En nuestro caso es amplio debido a que el endeudamiento no supera la tercera parte de la inversión total.

5.8.7 Margen bruto de utilidad. Este es un indicador de eficiencia y es igual la utilidad antes de impuestos dividido entre los ingresos totales, nos indica que tanto se genera para cubrir los gastos operacionales y no operacionales a partir de cada peso obtenido.

$$\text{MARGEN BRUTO DE UTILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS}}{\text{INGRESOS TOTALES}}$$

Para el presente caso, se tiene que para el primer año el margen bruto de ganancia es mínimo, casi imperceptible, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos de 8,31 centavos para el primer año, la cual aumenta a través de los años hasta posicionarse en valores realmente representativos. Lo anterior es un factor que es conveniente para Junta de Socios pues se puede notar que después de pagadas las deudas las utilidades anuales que genera el hotel son realmente representativas.

5.9 CONCLUSIONES SOBRE EL ESTUDIO FINANCIERO

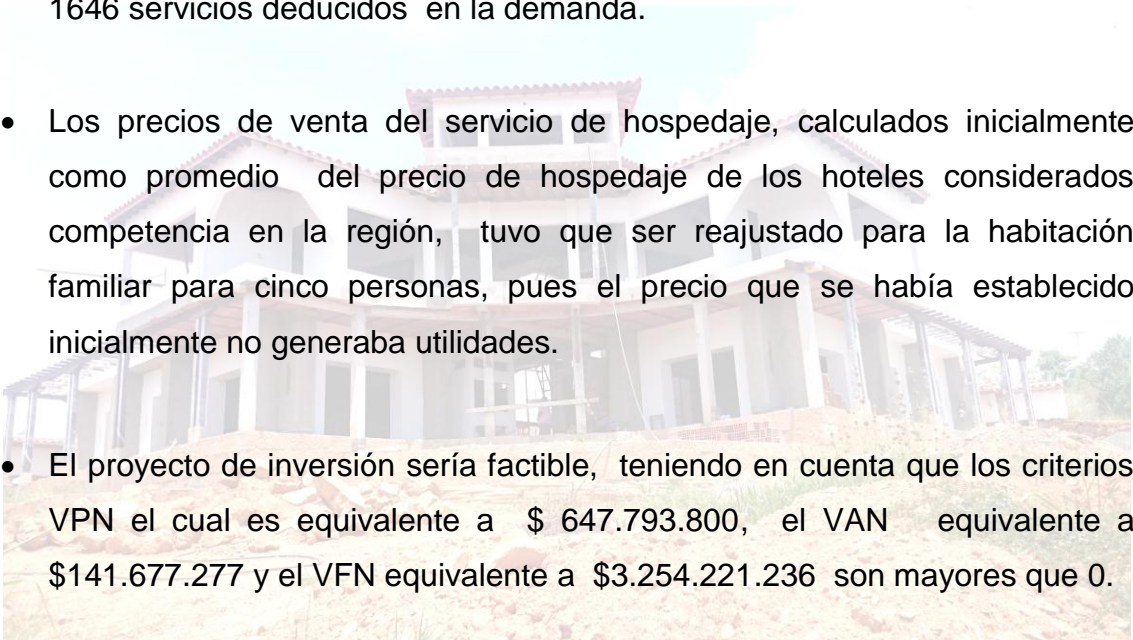
En este estudio financiero se pudo observar que los indicadores económicos demuestran que la viabilidad para la creación del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE en un escenario pesimista para los servicios de hospedaje no es favorable, pero para un escenario normal y optimista si es favorable con utilidades representativas en temporada normal y alta. Es por esto, que después de analizar financieramente el hotel en temporada normal se puede exponer las siguientes conclusiones.

- El hotel boutique muestra una recuperación económica a lo largo de 10 años, debido a que los ingresos anuales por servicios de hospedaje son

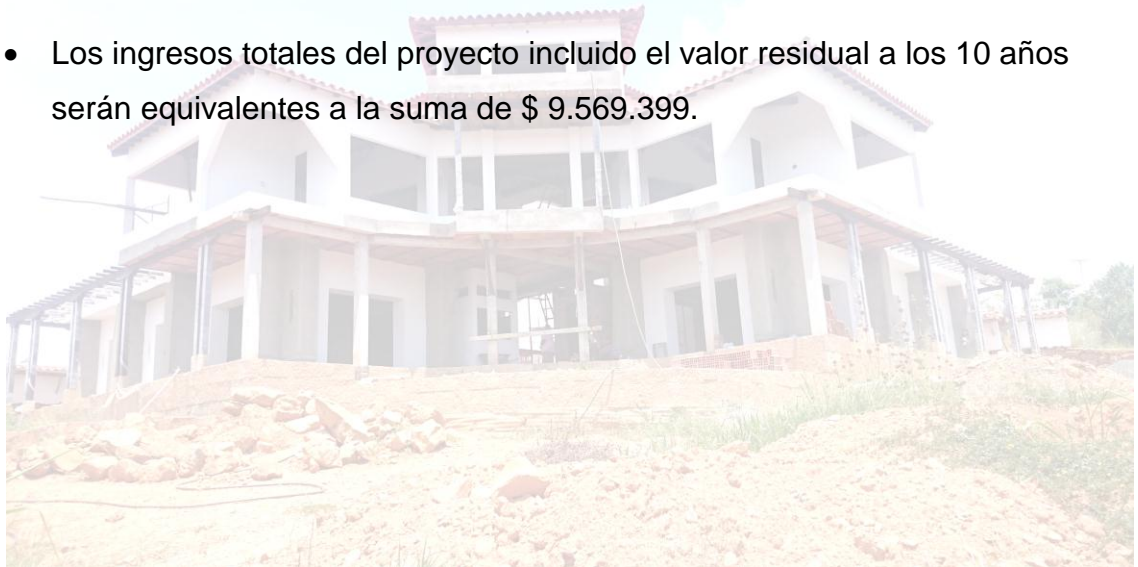
mayores que las obligaciones financieras y administrativas que se requieren para la puesta en marcha del hotel boutique Moncora campestre.

- El costo unitario para un servicio de hospedaje para dos personas en una suite o habitación doble es adecuado con respecto al precio de venta en temporada baja y temporada alta, generando utilidades que pueden aumentar en caso de querer reevaluar el precio del servicio de hospedaje.
- Los precios de venta del servicio de hospedaje, calculados inicialmente como promedio del precio de hospedaje de los hoteles considerados competencia en la región, tuvo que ser reajustado para la habitación familiar para cinco personas, pues el precio que se había establecido inicialmente no generaba utilidades.
- El hotel boutique Moncora campestre requerirá de una inversión total de \$ 1.130.051.892 representada en inversión fija total de \$ 1.094.214.427, inversión diferida por \$ 17.278.314 y un capital de trabajo necesario para el primer mes de funcionamiento por un valor de \$ 18.559.151. Reportando utilidades anuales a partir del primer año de operaciones por un valor de \$20.458.012 que va aumentando a medida que transcurren los años.
- La cantidad de dinero invertida anualmente en la mano de obra directa e indirecta del hotel, por un valor de \$98.813.752, garantizará el cumplimiento de las actividades que permitirán alcanzar las metas económicas propuestas.
- La depreciación se realizará en línea recta, manejando los siguientes valores: construcciones 50 años, maquinaria y equipo a 10 años, equipos de cómputo y comunicación a 3 años.
- La inversión fija total se pretende cubrir en un 69% con el aporte de los socios, es decir la suma de \$759.214.427, el valor restante se realizará un

crédito en una entidad bancaria por \$335.000.000 a un plazo de diez (10) años pagado a una tasa anual de 12 % por el sistema de amortización de cuota variable anual con un aporte al crédito de \$ 33.500.000 cada año.

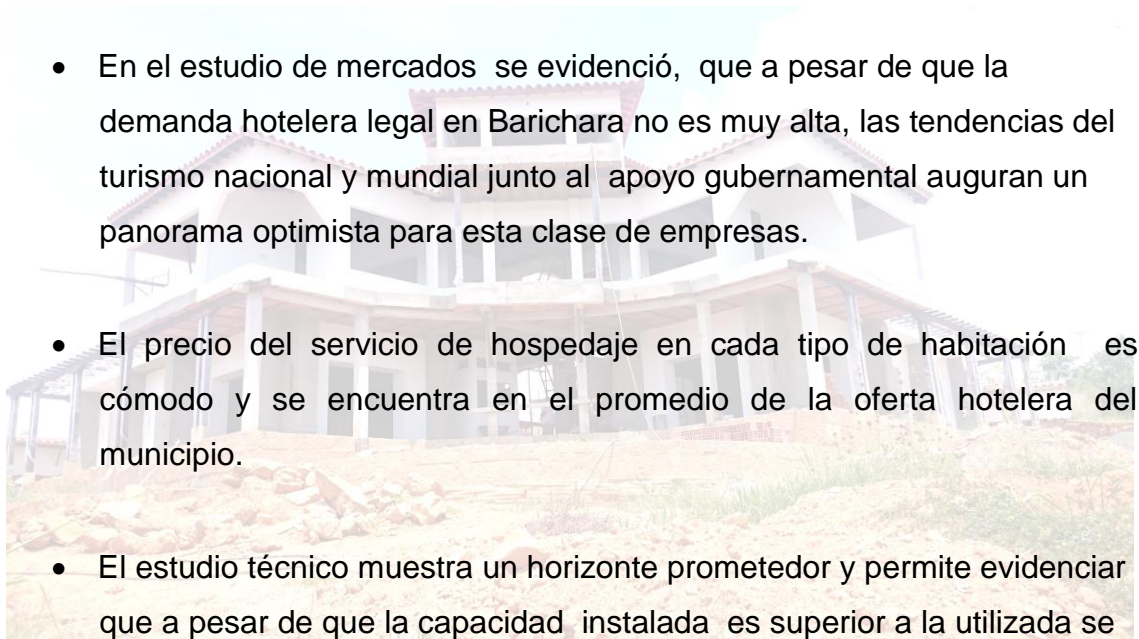
- El préstamo que se realizará, por \$335.000.000, es un valor cómodo de pagar en 10 años, debido a la cantidad de servicios anuales de hospedaje solicitados por los turistas que visitan Barichara
 - El punto de equilibrio, 1189 servicios de hospedaje para el primer año es una cifra meta clara de alcanzar, y además se encuentra por debajo de los 1646 servicios deducidos en la demanda.
 - Los precios de venta del servicio de hospedaje, calculados inicialmente como promedio del precio de hospedaje de los hoteles considerados competencia en la región, tuvo que ser reajustado para la habitación familiar para cinco personas, pues el precio que se había establecido inicialmente no generaba utilidades.
 - El proyecto de inversión sería factible, teniendo en cuenta que los criterios VPN el cual es equivalente a \$ 647.793.800, el VAN equivalente a \$141.677.277 y el VFN equivalente a \$3.254.221.236 son mayores que 0.
- 
- El valor presente neto (VPN) del proyecto proyectado a 10 años sería igual ha \$ a \$ 647.793.800, es decir se recibiría esa cantidad en la posición del periodo 0.
 - El valor anual neto (VAN) del proyecto en el periodo de 10 años es equivalente a \$141.677.272; es decir, se recibirá esa cantidad al final de todos y cada uno de los periodos.

- El valor futuro neto (VFN) del proyecto en el periodo de 10 años es equivalente a \$3.254.221.236 millones; es decir, se recibiría esta cantidad de dinero al final de la vida del proyecto en la posición de “n” bajo la condición de la tasa mínima de retorno.
- La tasa o rentabilidad del proyecto es del 26% siendo mayor a la tasa de oportunidad de los inversionistas la cual es del 17.52%.
- La inversión total del proyecto se recupera a los 10 años.
- Por cada peso invertido en el proyecto se recuperaran 1.5920 pesos.
- Los ingresos totales del proyecto incluido el valor residual a los 10 años serán equivalentes a la suma de \$ 9.569.399.



6. CONCLUSIONES

- Con el desarrollo del estudio de factibilidad técnica y económica o plan de negocios para la creación del hotel boutique MONCORA CAMPESTRE se concluye que esta empresa en el municipio de Barichara, es económicamente factible.
- El hotel boutique campestre es un concepto nuevo en el municipio de Barichara, y está diseñado para satisfacer todas las necesidades de descanso de los clientes más exigentes.
- En el estudio de mercados se evidenció, que a pesar de que la demanda hotelera legal en Barichara no es muy alta, las tendencias del turismo nacional y mundial junto al apoyo gubernamental auguran un panorama optimista para esta clase de empresas.
- El precio del servicio de hospedaje en cada tipo de habitación es cómodo y se encuentra en el promedio de la oferta hotelera del municipio.
- El estudio técnico muestra un horizonte prometedor y permite evidenciar que a pesar de que la capacidad instalada es superior a la utilizada se tiene una gran infraestructura que es capaz de responder a las exigencias más elevadas del mercado hotelero en el municipio de Barichara.
- El estudio administrativo permite garantizar que este hotel cuenta con la estructura organizacional adecuada para cumplir las exigencias de los huéspedes.



- El estudio financiero revela una evaluación bastante optimista, que permitirá a la Junta de Socios beneficiarse de las utilidades generadas durante la vida útil del hotel.



BIBLIOGRAFIA

- ALVIAR HERNANDEZ Laura, NOVA VALENZUELA Diana Milena. Plan de Negocios de un Hotel Boutique en la Ciudad de Santa Cruz de Mompox. Bogotá D.C.: Proyecto de grado II, Pontificia Universidad Javeriana. 2009
- COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Manual para la elaboración de planes de negocios. Bogotá, D.C.: El ministerio, 2010.
- DANE. Censo año 2005.
- ICONTEC, Normas Técnicas para la Presentación de Trabajos de Investigación Santafé de Bogotá, 2008.
- Guía Turística Santander Colombia. Ministro de Comercio, Industria y Turismo. 2012
- MIRANDA MIRANDA. Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera- económica- social- ambiental. Bogotá D.C.: MM Editores, 2005.
- R. DE DUQUE. Rosa Isabel. A. OCHOA. Fredy. Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo. Bogotá D.C.: Luz Ángela Ochoa F, 2008.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Barichara>> Sistema Nacional de Información Cultural
- <http://www.portodosantander.com/barichara/historias.html>> Club del turismo
- http://es.wikipedia.org/wiki/Santander_%28Colombia%29>
- <http://www.barichara-santander.gov.co/nuestromunicipio.shtml>>

ANEXOS

Ver carpeta adjunta.

