

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CAMPESTRE CON ZONA
RECREACIONAL Y SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES,
SANTANDER.**

**ESNEIDI SALAZAR RUEDA
STEPHANIE YIZELA AVELLANEDA RUIZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2014**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CAMPESTRE CON ZONA
RECREACIONAL Y SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES,
SANTANDER.**

**ESNEIDI SALAZAR RUEDA
STEPHANIE YIZELA AVELLANEDA RUIZ**

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director
M.A. HERNÁNDEZ ACEVEDO LUIS FRANCISCO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2014**

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por la fortaleza que me da día a día, a mi madre que siempre está dispuesta apoyándome en cada paso que doy, a Jonathan por su apoyo económico y a mis princesas María José y Danna Sofía por ser pacientes y tratar de comprender los esfuerzos y sacrificios que se necesitaron para llevar a cabo este proyecto y por ser el motor de mi vida.

ESNEIDI SALAZAR RUEDA

Bucaramanga, 17 de Febrero de 2014

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi Dios por todas las bendiciones y fortaleza que me regala cada día para alcanzar mis metas y en especial este proyecto, a mi madre celestial María que siempre está a mi lado acompañándome, apoyándome e intercediendo por todos los favores recibidos, lo dedico especialmente a mi esposo Jose por su paciencia, comprensión y amor incondicional, a mis pequeños Santi e Isabellita por su espera y tratar de comprender en aquellos momentos que no pude estar con ellos y quienes son la razón de mi vida.

STEPHANIE YIZELA AVELLANEDA RUIZ

Bucaramanga, 17 de Febrero de 2014

AGRADECIMIENTOS

Esneidi Salazar Rueda agradece a:

Doy gracias a Dios porque sin sus bendiciones no hubiese sido posible culminar esta maravillosa etapa de mi vida y por la fuerza que me da cada día para cumplir con mis responsabilidades en los diferentes papeles de madre, hija, hermana, empleada, compañera, amiga y estudiante.

Gracias a mi madre por el apoyo incondicional para terminar con el largo camino que había emprendido, por sus largas esperas y trasnochadas, por dejar de un lado sus cosas para brindarme su respaldo y ayuda en este proceso.

Agradezco a mi compañera de proyecto por su paciencia, esfuerzos y sacrificios para conformar un equipo eficiente y responsable en este camino que emprendimos juntas y hoy tenemos la satisfacción de culminar.

Stephanie Yizela Avellaneda Ruiz agradece a:

A Dios todopoderoso por todas las bendiciones recibidas en esta etapa de mi vida, ya que sin él sería imposible culminar este proyecto de vida, por su misericordia, su amor incondicional; a mi madre celestial María por acompañarme e interceder por mí en todo momento.

A mi madre por todo el apoyo, la fortaleza, la energía, la motivación para continuar con este proceso, a mi esposo por su apoyo incondicional en el cuidado de los niños y comprender que todo el tiempo que no le he dedicado a mi familia es por causa justa.

A mi compañera de proyectos por compartir sus conocimientos, su experiencia, su tiempo para la elaboración de este trabajo y culminar un semestre más.

Ambas agradecemos a:

Gracias a mi Director de Proyectos, MA Luis Francisco Hernández Acevedo por su acompañamiento en todo el proceso para la elaboración de este proyecto, por su tiempo, por su paciencia, por su apoyo, por compartir sus conocimientos y experiencia quien fue pieza fundamental en resultado de este trabajo.

De manera especial a el Ingeniero Sneider Augusto Pinilla y el Arquitecto Juan Carlos Gómez quienes me ofrecieron sus conocimientos y asesorías en la parte de diseño y distribución de la planta física.

Bucaramanga, 17 de Febrero de 2014

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	35
1. GENERALIDADES	37
1.1 PANORAMA DEL SECTOR	37
1.1.1 Antecedentes	37
1.1.2 Historia del turismo ecológico o ecoturismo	40
1.1.3 Productos turísticos	41
1.1.4 Sector Turismo a Nivel Mundial, Nacional y Regional	45
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	50
1.2.1 Aspectos generales	50
1.3 ASPECTOS LEGALES	58
1.3.1 Normatividad General y relacionada	58
1.3.2 Aspectos legales sobre la constitución de la empresa	61
2. ESTUDIO DE MERCADOS	64
2.1 OBJETIVO	64
2.1.1 Objetivo General	64
2.1.2 Específicos	64
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	65
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio	65
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la	

Competencia.	70
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	71
2.3.1 Mercado Potencial.	71
2.3.2 Mercado Objetivo	72
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	73
2.4.1 La demanda	73
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados	74
2.4.1.2 Necesidades de información	74
2.4.1.3 Ficha Técnica	75
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	76
2.4.3 Estimación de la demanda	95
2.4.4 Proyección de la demanda	95
2.5 LA OFERTA O COMPETENCIA	99
2.5.1 Necesidades de información	99
2.5.2 Ficha Técnica	100
2.5.3 Tabulación y presentación de los resultados de la oferta	101
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	106
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	115
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	117
2.7.1 Estructura de los canales actuales	117
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	118
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	118
2.8 PRECIO	119

2.8.1	Análisis de precios de la competencia	119
2.8.2	Estrategias de fijación de precios	120
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	120
2.9.1	Objetivos	120
2.9.2	Logotipo	121
2.9.3	Slogan	122
2.9.4	Análisis de medios	123
2.9.5	Selección de medios	124
2.9.6	Estrategias Publicitarias	125
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción	126
2.9.7.1	De lanzamiento	126
2.9.7.2	De operación	128
2.10	RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	130
3.	ESTUDIO TÉCNICO	131
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	131
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	131
3.1.2	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	131
3.1.3	Capacidad del proyecto	132
3.1.3.1	Capacidad total diseñada	132
3.1.3.2	Capacidad instalada	133
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada	133
3.2	LOCALIZACIÓN	137

3.2.1	Macro localización	137
3.2.2	Micro localización	138
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	144
3.3.1	Ficha técnica del servicio	144
3.3.2	Descripción técnica del proceso	146
3.3.3	Diagrama de procedimiento	148
3.3.4	Control de calidad	148
3.3.5	Recursos	150
3.3.5.1	Recurso humano (mano de obra directa)	150
3.3.5.2	Recurso humano (mano de obra indirecta)	151
3.3.5.3	Recurso físico	151
3.3.5.4	Recurso de insumos	154
3.3.6	Análisis de proveedores	154
3.3.7	Distribución de planta	155
3.4	RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	157
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	159
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	159
4.2	CULTURA ORGANIZACIONAL	159
4.2.1	Visión	160
4.2.2	Misión	161
4.2.3	Objetivos	161
4.2.4	Políticas	161

4.2.4.1	Políticas del personal	161
4.2.4.2	Políticas de compras	162
4.2.4.3	Políticas de ventas	162
4.3	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	163
4.3.1	Organigrama	163
4.3.2	Descripción y perfil de cargos	163
4.3.2.1	Manual de funciones	164
4.3.3	Asignación salarial	180
4.4	RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO	182
5.	ESTUDIO FINANCIERO	184
5.1	INVERSIONES	184
5.1.1	Inversión Fija	184
5.1.1.1	Terrenos	184
5.1.1.2	Construcción y edificación	184
5.1.1.3	Maquinaria y equipo	185
5.1.1.4	Muebles y enseres	185
5.1.1.5	Equipo de oficina	187
5.1.1.6	Lencería	187
5.1.1.7	Total de Inversión Fija	187
5.1.2	Inversión Diferida	188
5.1.3	Inversión de Capital de Trabajo	188
5.1.3.1	Costos de prestación del servicio	189

5.1.3.1.1 Materias primas	189
5.1.3.1.2 Mano de obra directa	189
5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestación de servicio	189
5.1.3.1.4 Total costos de prestación de servicio	192
5.1.3.2 Gastos de Administración y Ventas	192
5.1.3.3 Gastos Financieros	192
5.1.3.4 Total Capital de Trabajo	193
5.1.4 Inversión Total	193
5.1.5 Fuentes de financiación	193
5.2 COSTOS	198
5.2.1 Costos Fijos	198
5.2.2 Costos Variables	199
5.2.3 Costos Totales Unitarios	199
5.3 PRECIO DE VENTA	200
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	201
5.4.1 Ingresos	201
5.4.2 Egresos	202
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS a 10 años	203
5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 10 años	203
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado	205
5.5.3 Balance General inicial y proyectado	207
5.6 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	210

6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	212
6.1	EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	212
6.2	EVALUACIÓN AMBIENTAL	217
6.2.1	Matriz de Evaluación de Impactos	217
6.2.2	Plan de Mitigación	227
6.3	EVALUACIÓN FINANCIERA	234
6.3.1	Valor Presente Neto	236
6.3.2	Tasa Interna de Retorno TIR	238
6.3.3	Periodo de Recuperación	239
6.3.4	Análisis de las Razones Financieras	240
6.4	PUNTO DE EQUILIBRIO	245
6.5	RESULTADOS SOBRE LA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	247
7.	CONCLUSIONES	249
8.	RECOMENDACIONES	251
	BIBLIOGRAFÍA	252
	ANEXOS	254

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Parque principal	53
Figura 2. Iglesia Católica principal	54
Figura 3. Casa de la Cultura	54
Figura 4. Centro Recreacional los Manatíes	55
Figura 5. Reserva natural Cabildo Verde	55
Figura 6. Ciénega de Paredes	56
Figura 7. Camping	66
Figura 8. Piscina y Jacuzzi	66
Figura 9. Paseo ecológico	67
Figura 10. Canchas de bolo criollo	67
Figura 11. Canchas de tejo	68
Figura 12. Canchas de juego de rana	68
Figura 13. Salón de eventos sociales	69
Figura 14. Parqueadero	69
Figura 15. Zona de hamacas	70
Figura 16. Juegos infantiles	70
Figura 17. Canales de comercialización	119
Figura 18. Logotipo	121
Figura 19. Slogan	123

Figura 20. Mapa Departamento de Santander	138
Figura 21. Mapa Municipio de Sabana de Torres	143
Figura 22. Diagrama de procesos servicio de hospedaje	148
Figura 23. Diagrama de planta	157
Figura 24. Organigrama	163

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Población general del mercado potencial	72
Cuadro 2. Población por sexo y edades quinquenales	73
Cuadro 3. Ficha Técnica de la demanda	75
Cuadro 4. Motivo para visitar el municipio de Sabana de Torres	77
Cuadro 5. Frecuencia al año con que visita el municipio de Sabana de Torres	78
Cuadro 6. Uso del servicio del turismo	79
Cuadro 7. Frecuencia de uso del servicio de turismo	80
Cuadro 8. Servicio turístico de mayor agrado	81
Cuadro 9. Servicios adicionales al hospedaje que utiliza más	82
Cuadro 10. Orden de importancia de factores indispensables al momento de elegir el Hospedaje	83
Cuadro 11. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto al precio	84
Cuadro 12. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la cercanía al casco urbano	85
Cuadro 13. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la disponibilidad	86
Cuadro 14. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la atención al cliente	87
Cuadro 15. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la calidad	88

Cuadro 16. Dinero destinado para hospedaje diario por persona	89
Cuadro 17. Número de personas que acostumbra a viajar con usted	90
Cuadro 18. Días promedios de permanencia en el hotel	91
Cuadro 19. Grado de satisfacción obtenidos en los servicios prestados en los hoteles del municipio de Sabana de Torres	92
Cuadro 20. Disposición para tomar un nuevo servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres	93
Cuadro 21. Recomendaciones que haría a una nueva empresa prestadora de servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres	94
Cuadro 22. Proyección para la población	96
Cuadro 23. Proyección de la demanda de turistas a 5 años	97
Cuadro 24. Proyección de la demanda de servicios de hospedaje a 5 años	98
Cuadro 25. Ficha técnica de la oferta	100
Cuadro 26. Tamaño de la empresa	101
Cuadro 27. Estilo del hotel	102
Cuadro 28. Servicios adicionales ofrecidos en el hotel	103
Cuadro 29. Temporada alta en el servicio de hospedaje	104
Cuadro 30. Legalidad de los hoteles existentes	105
Cuadro 31. Tarifas actuales Hotel Don David	106
Cuadro 32. Tarifas actuales Hotel Sabana Plaza	107
Cuadro 33. Tarifas actuales Hotel Santa María Real	108
Cuadro 34. Tarifas actuales Hotel Portal Casa Blanca	109
Cuadro 35. Tarifas actuales Hotel La Carreta	110
Cuadro 36. Tarifas actuales Residencia La Milena	110

Cuadro 37. Tarifas actuales Residencia San José	111
Cuadro 38. Tarifas actuales Residencia La Cordillera	112
Cuadro 39. Tarifas actuales Hotel El Edén	112
Cuadro 40. Tarifas actuales Residencia El Dorado	113
Cuadro 41. Tarifas actual Residencia El Milagro	114
Cuadro 42. Oferta actual de los hoteles y residencias más representativos del Municipio Sabana de Torres	115
Cuadro 43. Relación entre demanda y oferta de hoteles y residencias	117
Cuadro 44. Presupuesto de publicidad de lanzamiento	127
Cuadro 45. Presupuesto de publicidad de operación mensual	129
Cuadro 46. Descripción tamaño del proyecto	131
Cuadro 47. Capacidad total instalada	133
Cuadro 48. Días disponibles al año para turismo, temporada alta	134
Cuadro 49. Días disponibles al año para turismo, temporada baja	135
Cuadro 50. Servicios de hospedaje total al año	135
Cuadro 51. Intensión de hospedaje	136
Cuadro 52. Promedio de crecimiento	136
Cuadro 53. Capacidad proyectada a 10 años	136
Cuadro 54. Resumen de capacidades	137
Cuadro 55. Ponderación de factores y puntuación de factores	141
Cuadro 56. Determinación de la ubicación del hotel	142
Cuadro 57. Ficha técnica del servicio de hospedaje	144
Cuadro 58. Recurso humano directo	150

Cuadro 59. Recurso humano indirecto	151
Cuadro 60. Recurso físico	151
Cuadro 61. Distribución de planta	156
Cuadro 62. Manual de funciones: Administrador	164
Cuadro 63. Manual de funciones: Secretaria- Auxiliar contable	168
Cuadro 64. Manual de funciones: Recepcionistas	171
Cuadro 65. Manual de funciones: Auxiliar de servicios generales	174
Cuadro 66. Manual de funciones: Portero- Botones	177
Cuadro 67. Estructura salarial	180
Cuadro 68. Prestaciones sociales	181
Cuadro 69. Seguridad social	181
Cuadro 70. Terrenos	184
Cuadro 71. Construcciones	184
Cuadro 72. Maquinaria y equipo	185
Cuadro 73. Muebles y Enseres	186
Cuadro 74. Equipo de Oficina	187
Cuadro 75. Lencería	187
Cuadro 76. Total inversión fija	188
Cuadro 77. Inversión diferida	188
Cuadro 78. Mano de obra directa	189
Cuadro 79. Depreciación	189
Cuadro 80. Mano de obra indirecta	190
Cuadro 81. Insumos indirectos	190

Cuadro 82. Otros CIF	191
Cuadro 83. Prorrateso de costos y gastos	191
Cuadro 84. Total CIF	192
Cuadro 85. Total costos de prestación del servicio	192
Cuadro 86. Gastos de administración y ventas	192
Cuadro 87. Gastos financieros	193
Cuadro 88. Total capital de trabajo	193
Cuadro 89. Inversión total	193
Cuadro 90. Amortización del crédito	195
Cuadro 91. Resumen del crédito	198
Cuadro 92. Costos fijos	198
Cuadro 93. Costos variables	199
Cuadro 94. Costos totales unitarios	199
Cuadro 95. Proyección de ingresos	201
Cuadro 96. Proyección de egresos	202
Cuadro 97. Estado de resultados proyectado	204
Cuadro 98. Flujo de caja proyectado	206
Cuadro 99. Balance general inicial	207
Cuadro 100. Balance general proyectado a 10 años	208
Cuadro 101. Matriz de interacción fase construcción	220
Cuadro 102. Matriz de interacción fase de operaciones	220
Cuadro 103. Matriz de interacción fase de mantenimiento	221

Cuadro 104. Matriz de interacción abono y cierre del proyecto	222
Cuadro 105. Matriz de calificación de impactos	223
Cuadro 106. Medidas de mitigación transporte y almacenamiento de Materiales para la construcción	227
Cuadro 107. Medidas de mitigación fase construcción	229
Cuadro 108. Medidas de mitigación operación y mantenimiento	230
Cuadro 109. Medidas de mitigación residuos sólidos	231
Cuadro 110. Medidas de mitigación manejo de aguas residuales	232
Cuadro 111. Medidas de mitigación captación y suministro de agua	233
Cuadro 112. Medidas de mitigación captación y suministro de Electricidad y comunicación	234
Cuadro 113. Tasa de descuento	236
Cuadro 114. Valor presente neto	236
Cuadro 115. Flujo de caja neto	237
Cuadro 116. Tasa interna de retorno	239
Cuadro 117. Periodo de recuperación	240
Cuadro 118. Razón corriente	240
Cuadro 119. Capital de trabajo	241
Cuadro 120. Nivel de endeudamiento	242
Cuadro 122. Rotación de activos	243
Cuadro 123. Margen bruto de ganancia	244
Cuadro 124. Margen de utilidad neta	244
Cuadro 125. Punto de equilibrio	245
Cuadro 126. Cálculos para graficar punto de equilibrio año 1	246

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Motivo para visitar el municipio de Sabana de Torres	77
Gráfica 2. Frecuencia al año con que visita el municipio de Sabana de Torres	78
Gráfica 3. Uso del servicio del turismo	79
Gráfica 4. Frecuencia de uso del servicio de turismo	80
Gráfica 5. Servicio turístico de mayor agrado	81
Gráfica 6. Servicios adicionales al hospedaje que utiliza más	82
Gráfica 7. Orden de importancia de factores indispensables al momento de elegir el Hospedaje	83
Gráfica 8. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto al precio	84
Gráfica 9. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la cercanía al casco urbano	85
Gráfica 10. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la disponibilidad	86
Gráfica 11. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la atención al cliente	87
Gráfica 12. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres respecto a la calidad	88
Gráfica. 13. Dinero destinado para hospedaje diario por persona	89
Gráfica 14. Número de personas que acostumbra a viajar con usted	90
Gráfica 15. Días promedios de permanencia en el hotel	91

Gráfica 16. Grado de satisfacción obtenidos en los servicios prestados en los hoteles del municipio de Sabana de Torres	92
Gráfica 17. Disposición para tomar un nuevo servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres	93
Gráfica 18. Recomendaciones que haría a una nueva empresa prestadora de servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres	94
Gráfica 19. Proyección de número de visitantes a 5 años	98
Gráfica 20. Tamaño de la empresa	101
Gráfica 21. Estilo del hotel	102
Gráfica 22. Servicios adicionales ofrecidos en el hotel	103
Gráfica 23. Temporada alta en el servicio de hospedaje	104
Gráfica 24. Legalidad de los hoteles existentes	105
Gráfica 25. Punto de equilibrio	247

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cotización Hogar Coomultrasan	254
Anexo B. Cotización Multigangas	255
Anexo C. Cotización Colchones Estelar	256

RESUMEN

TÍTULO

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CAMPESTRE CON ZONA RECREACIONAL Y SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES*

AUTORAS

ESNEIDI SALAZAR RUEDA y STEPHANIE YIZELA AVELLANEDA RUIZ**

PALABRAS CLAVES

Factibilidad, Recreación, Integración Familiar, Turismo, Hospedaje, Habitación, Servicio, Hotel

DESCRIPCIÓN

Sabana de Torres, estratégicamente ubicada en el corazón de Colombia, sobre la troncal del Magdalena Medio, conocido como “tierra de pujanza y grandeza”, “tierra de gente cálida, humilde y trabajadora”. Estas características hacen del municipio una oportunidad inexplorada en el sector turístico y teniendo en cuenta los diferentes proyectos que se están ejecutando en esta región, la hacen aún más atractiva para la inversión y desarrollo de proyectos productivos que a su vez conlleven al crecimiento de la economía local y regional.

El siguiente documento establece la factibilidad sobre la creación de un Hotel en el municipio de Sabana de Torres (Santander) que ofrezca un servicio de alojamiento como objetivo principal, brindando comodidad, descanso y relajación a un precio adecuado y una zona recreacional y social que permita la integración familiar, el sano esparcimiento y la diversión social; manteniendo alta calidad de atención al cliente; con el propósito de tomar una acertada decisión con respecto a su creación y funcionamiento

Los estudios realizados permiten observar que en el municipio hay hoteles y residencias con estilos clásicos, modernos y antiguos muy alejados a lo propuesto en el presente proyecto. Las personas encuestadas manifiestan que el grado de satisfacción obtenido no es excelente lo que permite cubrir este mercado, quienes además indican que de existir un nuevo hotel el 73.07% se hospedaría en él.

La evaluación del proyecto permite ver que éste es viable desde el punto de vista económico financiero arrojando un Valor presente neto de 1.458.599.820, una tasa interna de retorno del 20,18% y la recuperación de la inversión a los 6 años, 3 meses y 14 días; además que no hay impactos ambientales y sociales negativos sino por el contrario se generará empleo, desarrollo económico y turístico, mejor calidad de vida para los usuarios y la población sabanera.

* Proyecto de grado

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia – IPRED. Gestión Empresarial. Director M.A Luis Francisco Hernández Acevedo.

ABSTRACT

TITLE

FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A COUNTRY HOTEL WITH SOCIAL AND RECREATIONAL AREA IN SABANA DE TORRES CITY

AUTHORS

ESNEIDI SALAZAR RUEDA AND STEPHANIE YIZELA AVELLANEDA RUIZ**

KEYWORDS

Feasibility, Recreation, Family Integration, Tourism, Accommodation, Room, Service, Hotel

DESCRIPTION

Sabana de Torres, strategically located in the heart of Colombia, on the Magdalena Medio main-road, known as the "land of strength and greatness", "land of warm, humble and hardworking people". These features make of municipality be unexplored opportunity in the tourism sector and taking into account the different projects being implemented in this region make it even more attractive to investment and production projects which in turn entail the growth of the local and regional economy

This document sets the feasibility for creating a hotel in Sabana de Torres town (Santander) offers a hosting service as main goal, offering convenience, rest and relaxation at the right price and also a recreational and social area allowing the family integration enabling, healthy recreation and social enjoyment, maintaining high quality of customer service, with the purpose of making a correct decision regarding the establishment and operation

The realized Studies shown that in the town there are hotels and residences with classic, modern and ancient styles, very different as proposed in this project. Respondents state that the level of satisfaction is not excellent allowing it to cover this market, who also suggest that there be an intention of 73.07% they would host it.

The evaluation project and shows it is feasible from a financial economic perspective, showing a net present value of 1.458.599.820, an internal rate of return of 20, 18% annual and the payback in 6 years, 3 months and 14 days; there is no negative environmental and social impacts but rather will create jobs, economic development and tourism, better quality of life for users and the Sabana population.

* Degree project

** Industrial University of Santander ** Institute for Regional Projection and Distance Education - IPRED.
Business Management. M.A director Luis Francisco Hernandez Acevedo.

GLOSARIO

AGRO-ECOTURISMO: es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.

AGROTURISMO: El Turismo Rural es una actividad turística que se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos étnicos o indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo que manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales, culturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios.

ALOJAMIENTO: lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.

ARQUEOLÓGICO: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

ATRACTIVO TURÍSTICO: lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

AVENTURA: aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).

BOLO CRIOLLO: bolos hace referencia a un juego que consiste en derribar por parte de cada jugador el mayor número posible de bolos lanzando una bola o pieza, generalmente de madera.

CABAÑA: unidad habitacional que cuenta con, por lo menos dos aéreas claramente diferenciadas (social y habitacional) y con sus respectivos servicios sanitarios completos. Esta generalmente aislada de los servicios generales o principales del establecimiento.

CAMPESTRE: del latín *campestris*, campestre es un adjetivo que se utiliza como sinónimo de campesino y que, por lo tanto, hace mención a aquel o aquello perteneciente al campo o propio de él.

CAMPING: deporte que consiste en la realización de actividades al aire libre, protegiéndose de la intemperie por medio de una tienda de campaña y realizado en terrenos debidamente acondicionados para tal fin.

CINEGÉTICO: Turismo enfocado a la caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar solamente a animales que han sido criados específicamente para este fin.

COSTO: es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

COTELCO: Asociación Hotelera y Turística de Colombia.

CHALET: casa o vivienda de recreo a estilo suizo, generalmente rodeada de un pequeño jardín. También llamado chalet.

CHECK IN: el registro (en inglés Check-in) es el proceso mediante el cual un recepcionista registra la llegada de un cliente a un hotel, aeropuerto o puerto. Recientemente, el término se ha extendido también a algunas redes sociales que, permiten a un usuario comunicar dónde se encuentra en un momento determinado al resto de usuarios de la red.

CHECK OUT: es el proceso mediante el cual el huésped termina la estadía y entrega la habitación con su llave a la recepcionista del hotel.

CREATIVO: Vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino.

DE COMPRAS: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.

CONGRESOS: es una reunión o conferencia, generalmente periódica, donde los miembros de un cuerpo u organismo se reúnen para debatir cuestiones de diversa índole, aunque generalmente con fines políticos.

CONVENCIONES: es un conjunto de estándares, reglas, normas o criterios que son de aceptación general para un determinado grupo social. Frecuentemente toman el nombre de costumbres. Ciertos tipos de convenciones pueden llegar a ser leyes o estar definidas por organismos reguladores para formalizar o forzar su cumplimiento (por ejemplo, está regulada la convención sobre el lado de la carretera por el que debe circular un vehículo). En otros contextos las convenciones tienen el carácter de *ley no escrita* (por ejemplo que las líneas de texto se escriben de izquierda a derecha).

DEMANDA: representa la cantidad de productos o servicios que le público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

DEPORTIVO: la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.

ECOTURISMO: El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajantes.

ENOLÓGICO: vinculado a los vinos de una zona.

ESPIRITUAL: su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, retiros espirituales, cursos de filosofía oriental, etc.).

ESTRELLAS DE UN HOTEL: los hoteles se clasifican por medio de estrellas, y el rango va de una estrella a cinco estrellas. Teniendo en cuenta estas estrellas, se sabe de inmediato que se puede esperar del alojamiento; una estrella representa a un hotel con características básicas, lo mínimo requerido para un establecimiento, y en el otro extremo las cinco estrellas sólo las obtienen los hoteles de lujo, con todas las comodidades posibles.

ETNOGRÁFICO: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.

EXPERIENCIAL: aquel en el que el participante toma parte activa en la actividad que está desarrollando. Los turistas se sumergen dentro de historias más o menos fantásticas como en una película.

FACTIBILIDAD: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

FAMTRIPS: Los viajes de familiarización (famtrips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

FLUJO DE CAJA: cifra que refleja los recursos (beneficios, amortizaciones y provisiones) generados por una empresa en un determinado periodo.

FUNERARIO: vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.

GASTOS: acción de emplear dinero en un bien o servicio.

GASTRONÓMICO: vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar.

HAMACA: la hamaca es un utensilio utilizado para dormir o descansar. Consiste en una lona o red constituida por bramante o cuerda fina que se fija a dos puntos firmes.

HOSPEDAJE: servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona acceda a un albergue a cambio de una tarifa.

ICTIO-TURISMO: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca realizada en áreas naturales permitidas.

IDIOMÁTICO: vinculado a los estudios, fundamentalmente a los de idiomas.

INDUSTRIAL: motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

INTERNACIONAL: la interacción entre naciones, usando en este caso el concepto de "nación" equivalente a "Estado". El concepto interestatal no se refiere a Estados independientes, sino a la relación entre Estados federales.

INVERSIÓN: es el acto mediante el cual se adquiere ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

ITINERANTE: se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas e itinerarios preestablecidos.

JACUZZI: bañera con una instalación que emite chorros de agua a presión para hidromasajes.

JUEGO DE RANA: juego que consiste en introducir desde cierta distancia una chapa o moneda por la boca abierta de una rana de metal colocada sobre una mesilla, o por otras ranuras convenientemente dispuestas.

LITERARIO: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.

MÉDICO: está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.

MÍSTICO: Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos.

MONUMENTAL: vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

ORNITOLÓGICO: Es la rama de la zoología que se dedica al estudio de las aves.

PARQUES TEMÁTICOS: basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa en todo momento del visitante.

PISCINA: una piscina es un estanque artificial destinado al baño y la natación.

RELIGIOSO: una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).

RESORT: una estación turística o complejo turístico (habitualmente designado con la palabra inglesa *resort*) es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y la recreación, especialmente durante las vacaciones. Generalmente, una estación turística se distingue por una gran selección de actividades, como las relacionadas con la hostelería (comida, bebida, alojamiento), el ocio, el deporte, el entretenimiento y las compras.

REUNIONES: En una reunión, dos o más personas se reúnen para discutir uno o varios temas, a menudo en un ambiente formal. En una organización, las personas de la reunión pertenecen al mismo organismo o institución, ya sea pública o privada, son convocadas mediante un orden del día y los acuerdos adoptados se incluyen en el acta de la reunión.

RURAL: concepto que identifica al espacio geográfico calificado como rural, es decir, como opuesto a lo urbano (al pueblo por oposición a la ciudad). Es estudiado por la geografía rural.

SEMINARIO: que tiene naturaleza técnica y académica cuyo objetivo es realizar un estudio profundo de determinadas materias con un tratamiento que requiere una interactividad entre los especialistas. Se consideran seminarios aquellas reuniones que presentan estas características. El número de horas es variable.

SOCIAL: aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

TEJO: el tejo, también conocido como turmequé, es considerado el deporte nacional de Colombia. Es un juego que consiste en lanzar un disco metálico de aproximadamente 680 gramos a través de una cancha de arcilla de 18 metros de largo para hacer estallar las mechas (pequeños sobres con pólvora) que se encuentran en el bocín (círculo metálico que está ubicado en la cancha) y así ir sumando puntos.

TERMAL O DE SALUD: está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza, etc.). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.

URBANO: Desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.

VIABILIDAD: estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto.

VIAJES DE INCENTIVO: vinculado a viajes de negocios, mientras que éste último es de trabajo, los de incentivo son de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados, incentivándolos a ello con un viaje que puede ser individual o de grupo.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se realizó con el propósito de conocer la factibilidad para la creación de una empresa de servicios dedicada al hospedaje, el descanso, la recreación sana y familiar y el deporte para niños, jóvenes y adultos habitantes del municipio de Sabana de Torres y turistas que transitan la por la vía que conduce al Mar Caribe sea por razones de turismo o de trabajo.

La idea de este proyecto nace de la necesidad visible de que en el municipio no se encuentra un lugar que integra los diferentes servicios hospedaje, restaurante, salón de eventos sociales, canchas múltiples (canchas de baloncesto, microfútbol, mini futbol en pasto, voleibol, y de tenis), zona de juegos tradicionales (canchas de tejo, bolo criollo y rana), paseo ecológico, zonas húmedas (piscinas y jacuzzi), juegos infantiles, zona de camping, zona de hamacas, y parqueaderos en sus diferentes áreas.

El presente documento establece la factibilidad con el propósito de brindar una nueva opción sobre el servicio de hospedaje para visitantes en el municipio de Sabana de Torres y zona recreacional y social para habitantes y turistas; presentándose en los siguientes capítulos información pertinente sobre los estudios realizados.

En el estudio de mercados se caracteriza el comportamiento del mercado para esta clase de servicios determinando su demanda, oferta, canal de comercialización, precios, estrategias de publicidad y promoción y las demás variables que lleguen a condicionar la empresa prestadora de servicios de hotel.

Mediante el estudio técnico se determinaron aspectos como el tamaño del proyecto, ubicando en forma adecuada el segmento del mercado a quien va dirigido el servicio y fijando las características del proceso. Igualmente se define la mejor alternativa para la ubicación del hotel, diseñando la distribución óptima de la planta para lograr adecuar los espacios y las zonas verdes existentes cumpliendo con los parámetros y las normas establecidas para tal fin. Además de la ingeniería del proyecto, los recursos necesarios, proveedores y la logística de prestación del servicio.

En el estudio administrativo se definieron el tipo de sociedad que tendrá la empresa, su constitución y estructura organizacional. En el proyecto se trata de unir tecnología y recurso humano de la mejor manera posible. Por consiguiente se da la importancia necesaria al elemento humano que va a intervenir en la fase de

ejecución y funcionamiento, ya que la distribución racional del trabajo y las condiciones del mismo medio ambiente influyen en la buena voluntad de los trabajadores para realización de sus labores.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se analizó con el aspecto financiero, cada uno de los elementos que lo componen, tanto de ingresos esperados y generados por los pronósticos de venta presentados en el estudio del mercado, así como la valoración de todos los gastos ocasionados por la puesta en marcha del hotel. A demás se establecen las necesidades de inversión, las fuentes de financiación, los costos, se determina el punto de equilibrio y los estados financieros.

En la evaluación del proyecto, se le dio gran importancia a la parte ambiental porque este será un propósito fundamental durante el montaje y operación del hotel por parte de los autores; darle un manejo adecuado a los recursos naturales para evitar la contaminación del medio ambiente y no generar daños irreversibles sobre fauna, flora y los mismos seres humanos.

Con respecto al aspecto social se evaluará el impacto que se origine en la generación de empleos directos e indirectos, fundamentándose en la mano de obra de las mujeres y hombres del propio municipio.

El estudio finaliza con las conclusiones y recomendaciones que presentan las autoras del proyecto con el ánimo de orientar a los ejecutores e inversionistas del negocio y demás personas interesadas en el desarrollo económico del municipio y de la región.

1. GENERALIDADES

1.1. PANORAMA DEL SECTOR

1.1.1. Antecedentes

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.¹

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos Antiguos en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa. Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.²

Durante la Edad Media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se

¹ Disponible desde internet en: <[http:// www2.unwto.org/es/contet/historia](http://www2.unwto.org/es/contet/historia)>[con acceso 12-02- 2013].

² <[http:// www2.unwto.org/es/contet/historia](http://www2.unwto.org/es/contet/historia)> [con acceso 12-02- 2013].

hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.³

Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos. Comienza a surgir el turismo de salud y también el turismo de montaña, se construye famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto.

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera agencia de viajes del mundo, Thomas Cook and Son.

En 1850, Henry Wells y William Fargo American Express que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Aunque Cook ya los había introducido, American Express extendieron los sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el *traveler's cheque* (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).⁴

³ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02-2013].

⁴ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02-2013].

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (Convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban “mago”).⁵

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión. Se desarrolla la producción de automóviles en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de viajeros.⁶

Todos estos factores nos llevan a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo charter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones.⁷

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.⁸

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro

⁵ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02- 2013].

⁶ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02- 2013].

⁷ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02- 2013].

⁸ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02- 2013].

competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.⁹

En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud,...) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.¹⁰

1.1.2 Historia del turismo ecológico o ecoturismo

En los años 80 se empieza a utilizar el término “ecoturismo”, pero es en 1990 cuando aparece la primera definición, establecida por la Sociedad Internacional de Ecoturismo: “El viaje responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de las poblaciones locales.”¹¹

En 1983, el Arq. Héctor Ceballos Las Curáin, con estas palabras “enfoque más efectivo y ambientalmente responsable del turismo en áreas naturales a nivel mundial”, encuadra la definición de turismo ecológico. En 1999, como

⁹ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02- 2013].

¹⁰ <<http://www2.unwto.org/es/contet/historia>> [con acceso 12-02- 2013].

¹¹ Ecoturismo un poco de historia “Área de Turismo Rural”; 05 de Octubre de 2012. Disponible desde internet en: <<http://areadeturismorural.wordpress.com/.../ecoturismo-un-poco-de-historia>> [con acceso el 15-2- 2013]

consecuencia del aumento de la actividad, se dilata la definición que abarca un contexto más amplio: “Ecoturismo es el viaje a zonas frágiles y por lo general protegidas, cuyo objetivo es ser de bajo impacto y generalmente a pequeña escala. Ayuda a educar al viajero, suministra fondos para la conservación del medio ambiente; beneficia directamente el desarrollo económico y la soberanía de las comunidades locales, y fomenta el respeto a diferentes culturas y los derechos humanos”

Más adelante se llega a un consenso sobre la definición adoptada por la Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza que define Ecoturismo como: “Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza, así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado, que promueva la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.”¹²

1.1.3 Productos turísticos

Turismo natural

Se desarrolla en un medio natural, tratando siempre de realizar actividades recreativas sin deteriorar el entorno.

Rural: es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

Ecoturismo: basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen las reservas y parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

Agroturismo: su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.

Agro-ecoturismo: es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.

Ornitológico: es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

Ictio-turismo: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca realizada en áreas naturales permitidas.

¹² <<http://areadeturismorural.wordpress.com/.../ecoturismo-un-poco-de-historia>> [con acceso el 15-2-2013]

Cinegético: Turismo enfocado a la caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar solamente a animales que han sido criados específicamente para este fin.

Turismo individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

Turismo de masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

Turismo cultural

Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

Creativo: Vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino.

Urbano: desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.

Monumental: vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

Arqueológico: vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

Funerario: vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.

De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.

Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.

Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.

Idiomático: vinculado a los estudios, fundamentalmente a los de idiomas.

Gastronómico: vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar.

Enológico: vinculado a los vinos de una zona.

Industrial: motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

Turismo activo

El turismo activo es aquel que se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

Parques temáticos: basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa en todo momento del visitante.

Deportivo: la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.

Aventura: aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).

Religioso: una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).

Espiritual: su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, retiros espirituales, cursos de filosofía oriental, etc.).

Místico: Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos.

Termal o de salud: está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza, etc.). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.

Médico: está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.

Social: aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

Experiencial: aquel en el que el participante toma parte activa en la actividad que está desarrollando. Los turistas se sumergen dentro de historias más o menos fantásticas como en una película.

Itinerante: se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas e itinerarios preestablecidos.

Turismo de negocios

El turismo de negocios es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.

Reuniones y congresos: muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen por qué ser de la misma empresa.

Seminarios y convenciones: a diferencia del congreso, la convención suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.

Viajes de incentivo: vinculado a viajes de negocios, mientras que éste último es de trabajo, los de incentivo son de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados, incentivándolos a ello con un viaje que puede ser individual o de grupo.

Famtrips: Los viajes de familiarización (famtrips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

Turismo científico

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos. En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar in situ alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

El turismo científico para el público en general apareció por primera vez en países desarrollados, con el objeto de involucrar de una manera más directa y

participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural. Esta modalidad de turismo, busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico. Este turismo es muy buena fuente de beneficios económicos.

Ahora, en aras de una nueva visión de la ciencia desde la perspectiva de la socialización del conocimiento, nace el Turismo Científico Social orientada al fomento de una cultura turística y científica que permite conocer, compartir y valorar el origen, las costumbres, la sabiduría de un pueblo de forma creativa. Proporcional al desarrollo social y al beneficio que el turismo aporta al baluarte de una localidad.

1.1.4 Sector Turismo a Nivel Mundial, Nacional y Regional

Las llegadas turísticas internacionales, en todo el mundo disminuyó en un 7 % entre enero y agosto de 2012, pero la tasa de disminución ha aliviado en los últimos meses. Estos resultados, así como los datos económicos más recientes, confirman previsión inicial del OMT de una disminución del 5 % llegada turística internacional durante todo el año 2012. Para 2013, la OMT espera un crecimiento moderado.¹³

Los destinos en todo el mundo registran un total de 600 millones de llegadas, abajo de 643 millones en el mismo período de 2012. Las llegadas en los dos meses de temporada alta de julio y agosto disminuyeron en un 3 % en comparación con un descenso del 8 % en el primer semestre del año, y los datos disponibles para septiembre apuntan a una continuación de esta tendencia ascendente.

“A lo largo de este año, la industria del turismo de todo el mundo se enfrenta con un gran número de desafíos, dirigida por la crisis económica mundial, la crisis de crédito y el aumento del desempleo, no para mencionar la pandemia de gripe. Rara vez en la historia de turismo grabada la industria tuvo que lidiar con tantas cuestiones diferentes al mismo tiempo, “dijo el Secretario General de la OMT interino Taleb Rifai. “Sin embargo, la tendencia negativa que surgieron durante el segundo semestre de 2011 y se intensificaron en 2012 está empezando a mostrar signos de contrayéndose,” añadió.¹⁴

Las ganancias de turismo sufren un poco más de llegadas en el objetivo de ofrecer más cerca de seguimiento del mercado durante estos tiempos difíciles, es la

¹³ Estadísticas De Turismo A Nivel Mundial, disponible desde internet en:<[http:// www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/](http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/)>.[con acceso en 25-05- 2012]

¹⁴ <[http:// www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/](http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/)>.[con acceso en 25-05- 2012]

primera vez OMT presenta una estimación sobre recibos de turismo internacional para el año en curso.¹⁵

A nivel nacional fue de conocimiento que en el mes de noviembre del año 2012, el porcentaje de ocupación hotelera fue de 57,5 por ciento, cifra superior a la registrada en el año anterior. Los hoteles con capacidad de más de 150 habitaciones presentaron el mayor nivel de ocupación (64,2 por ciento), seguido por los hoteles con capacidad de 51 a 100 habitaciones (52,6 por ciento) y los hoteles con capacidad de 101 a 150 habitaciones (48,3 por ciento).“Por cada nueva habitación en Colombia se está generando entre uno y dos nuevos empleos “reveló Cotelco.¹⁶

Por medio del Programa de Transformación Productiva, iniciativa liderada por el gobierno nacional, se busca desarrollar sectores de clase mundial dentro de los cuales se encuentran sub-sectores de servicios tales como Software y Servicios de TI, Tercerización de Procesos de Negocio, Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos.¹⁷

En este sentido, Colombia representa una gran oportunidad para inversionistas del sector de servicios, pues cuenta con grandes ventajas competitivas. Algunas de ellas son:

- La segunda mayor disponibilidad de mano de obra calificada en Latinoamérica (IMD, 2011).
- Colombia se destaca por sus bajos costos salariales. Los analistas financieros, economistas, contadores son los más económicos en la región hasta en un 78%.
- Más de 85 mil graduados anualmente en carreras técnicas y profesionales, relacionadas con áreas Administrativas e Ingenierías.
- Las inversiones en el sector de la hotelería colombiana vienen creciendo a pasos agigantados, confirmó el Presidente de Cotelco, Jaime Alberto Cabal.¹⁸

De acuerdo con la agremiación el repunte es del orden del 30 por ciento en comparación con un año atrás producto de la fuerte recuperación de la economía. Así las cosas, al cierre del presente año las inversiones en el sector podrían estar por el orden de los mil 200 millones de dólares.

¹⁵ <[http:// www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/](http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/)>.[con acceso en 25-05- 2012]

¹⁶ <[http:// www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/](http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/)>.[con acceso en 25-05- 2012]

¹⁷ PROEXPORT Colombia, (2012). “Inversión en el sector servicios en Colombia. Disponible desde internet en: <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios.html/> [con acceso 25-05- 2012]

¹⁸ <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios.html/> [con acceso 25-05- 2012]

De otra parte en el 2013 las proyecciones apuntan a tener un total de 7 mil nuevas habitaciones en las zonas turísticas de Colombia.

Cabal manifestó que el dinamismo en el sector de la hotelería impulsa de forma importante la generación tanto de empleo directo como indirecto.¹⁹

Razones para Invertir en Infraestructura Hotelera y Turística en Colombia

1. Destacado comportamiento de la economía colombiana.
2. El crecimiento del turismo internacional a Colombia está por encima del promedio mundial.
3. Atractivos incentivos para la inversión en hotelería.
4. Ubicación estratégica y conectividad.
5. Demanda y oferta hotelera en crecimiento
6. Trabajadores con excelente formación y vocación de servicio.
7. Los destinos turísticos en Colombia están siendo reconocidos mundialmente.
8. Notable crecimiento de turismo de negocios y eventos.
9. Más empresas multinacionales invirtiendo en Colombia.
10. Inversión creciente en hotelería.

Santander es un departamento que comprende una región con exuberantes particularidades geográficas por sus llanuras, montañas, cañones, ríos y cuevas. Es la tierra de los deportes de aventura. Su capital, Bucaramanga, es reconocida como la ciudad universitaria y como un polo industrial de gran importancia. Su población es de unos 2,1 millones de habitantes.²⁰

El departamento de Santander ofrece innumerables atractivos turísticos desde el punto de vista natural, cultural y científico. Santander, tierra acogedora y cordial ofrece al turista la oportunidad de conocer la más maravillosa profusión de cavernas, pues pocos son los municipios que no las poseen; se destacan la cueva del Indio en el municipio de Páramo, cuya entrada semeja una monumental concha acústica; la de Gambita, conocida como la Iglesia del Diablo, engalanada por fuentes de agua; la de La Pintada, en las cercanías de Málaga, contiene muchos pictogramas indígenas y otros atractivos turísticos naturales y culturales que hacen del Departamento una tierra de aventura.²¹

¹⁹ <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios.html/> [con acceso 25-05- 2012]

²⁰ Página Oficial DEPARTAMENTO DE SANTANDER, disponible desde internet
en: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/santander.html#8/>> [con acceso 13-02- 2013]

²¹ <<http://www.todacolombia.com/departamentos/santander.html#8/>> [con acceso 13-02- 2013]

Existe una ruta o circuito turístico en donde se encuentra asentada la mayor parte de la población del Departamento y de los municipios que cuentan con el mayor potencial turístico y de patrimonio histórico cultural como Barichara declarado Monumento Nacional y “Pueblito más lindo de Colombia”.

San Gil con su parque El Gallineral y el balneario Pozo azul, en donde además podrá disfrutar de turismo de aventura con deportes de riesgo controlado: Espeleología, rappel, camping, ciclo montañismo, motocross, senderismo, parapente, canotaje y kayak. Si se desea contemplar panorámicas majestuosas, el Cañón del Chicamocha ha labrado a través del tiempo un escenario natural y agreste que despierta la más profunda admiración, considerado uno de los mayores atractivos del departamento y la nación.²²

En el entorno departamental se evidencian aspectos de evaluación que tienen relevancia en el presente estudio, tales como:

Productos y Segmentos: Historia y Cultura (pueblos coloniales), Golf. Turismo de Naturaleza: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Agroturismo.

Oportunidades: Hoteles ecológicos y temáticos en áreas de turismo de aventura. Hoteles para el segmento de negocios en Bucaramanga. No hay presencia de marcas internacionales.

En el contexto departamental las cifras revelan que un total de 27.463 turistas internacionales llegaron a Santander en 2012, de acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, basado en cifras del DAS, siendo los venezolanos los que más visitan esta región del país.²³

Según el reporte, el año pasado a Santander lo visitaron 14.470 turistas provenientes de Venezuela, seguidos por 3.566 de Estados Unidos y 1.290 de España, como los tres países que originaron viajeros al departamento. Este año, entre enero y junio, se reportó la llegada de 13.466 turistas extranjeros, lo que significa un incremento del 16,9% con respecto al mismo periodo del año anterior.

²² Página Oficial DEPARTAMENTO DE SANTANDER, disponible desde internet en <<http://www.todacolombia.com/departamentos/santander.html#8/>> [con acceso el 13-02- 2013]

²³ <<http://www.todacolombia.com/departamentos/santander.html#8/>> [con acceso el 13-02- 2013]

Proexport Colombia promueve el turismo internacional hacia el departamento e identificó que el periodo entre noviembre y diciembre es en el que más turistas extranjeros arriban a Santander. El departamento cuenta con una amplia oferta turística basada en los deportes extremos y la aventura. Es una de las zonas más voluptuosas de Colombia por sus montañas, cañones, cuevas y ríos. Escenarios que son aprovechados por el sector turístico para el rafting, el torrentismo, escalada de montañas, kayak, parapente, espeleología y rappel.²⁴

El objetivo de Proexport Colombia, además de la promoción, es capacitar a todos los miembros de la industria involucrada en turismo verde para optimizar los servicios que se le prestan al viajero. La oferta turística de Santander es amplia y no se reduce sólo a la aventura y la naturaleza. El golf es uno de sus nuevos atractivos, teniendo que es un mercado que mueve cinco millones de viajeros anualmente por todo el mundo según la IAGTO (Asociación Mundial de la Industria del Turismo del Golf).

Bucaramanga es también un destino con una activa vida nocturna y es posible realizar diferentes recorridos por lugares como el Parque del Agua, la casa Bolívar, Floridablanca (famosa por sus obleas), el chocolate de Girón y para los interesados en calzado y marroquinería el barrio de San Francisco es sin duda una de las mejores opciones no sólo en la región sino en toda Colombia.²⁵

Por último, en el departamento existe un lugar que llama la atención de los viajeros por su historia y arquitectura, Barichara. Un pueblo lleno de paredes blancas pintadas con cal, caminos y paredes de piedra amarilla y tejados de barro naranja son algunas de las características de este lugar. La conservación de este pueblo le valió el título a Monumento Nacional en 1978.

En el entorno local, es importante describir el municipio de Sabana de Torres, el cual es un Municipio localizado geoestratégicamente al norte del departamento de Santander, su forma rectangular alargada constituye una formación de corredores naturales orientado por los afluentes de los ríos Lebrija y Sogamoso y de otras corrientes como Rio Sucio y quebrada La Cristalina.²⁶

Posee una zona de usos de protección en donde entran las reservas forestales, protección de riberas, ecosistemas estratégicos, protección de nacimientos y

²⁴ PROEXPORT Colombia, disponible desde internet en: <<http://www.proexport.com.co/noticias/27643-turistas-internacionales-llegaron-en-2010-santander/>>. [con acceso el 13-02- 2013]

²⁵ *Ibíd.*, p.47

²⁶ Página Web SABANA DE TORRES, Municipio perteneciente al departamento de Santander; disponible desde internet en: <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 13-02- 2013]

zonas de recarga hídrica. Suelos de uso agroindustrial que comprende sistemas productivos como la palma, arroz, riego y el maíz tecnificado en zonas de la Gómez, Veracruz, Llano grande. Suelos de uso industrial para la minería, industria petroquímica y de equipamiento Urbano pesado.²⁷

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

1.2.1 Aspectos Generales

Sabana de Torres, es un municipio colombiano se encuentra ubicado geográficamente al Noroeste del Departamento de Santander, en el corazón de Colombia conocida como “Tierra de Pujanza y Grandeza” tierra cálida de gente buena, alegre y trabajadora. Proyectada para ser eje agroindustrial del departamento; se llega por carretera pavimentada de aproximadamente 110 km desde Bucaramanga (capital del departamento) tomando la vía a Barrancabermeja, y luego la desviación hacia la Costa Caribe en el corregimiento de La Fortuna, llamada La Troncal del Caribe. Fue fundada el 29 de noviembre de 1973 y su extensión total abarca 1.428,3647 Km².²⁸

Descripción Física:

Por su nombre, Sabana de Torres se tiende a considerar como una zona en donde se encontraran tierras planas, pero dentro de los municipios que tienen su bioclima completo en el Magdalena Medio, es el que mayor atributos de relieve local (o morfología no plana) posee, empezando con una zona de lomerío intrincada por las características del sustrato. Subsiguientemente se pasa a una zona de Sabanas que se abre en dos hasta alcanzar el distrito de Magara por el Norte y el de Sabaneta en las riberas del río Sogamoso por el Sur. En su parte más central se hallan terrazas, algunas ya disecadas por el uso de sus suelos y su propia dinámica natural. Para terminar se halla en la parte más Noroccidental del Municipio una zona de bajos o inundable que termina en Ecosistemas de Humedales.

²⁷ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 13-02- 2013]

²⁸ Página oficial de la Alcaldía Municipal de Sabana de Torres; 30 de julio de 2009. disponible desde internet en:<<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 03-02-2013]

El municipio de Sabana de Torres se encuentra ubicado geográficamente al Noroeste del Departamento de Santander, en la región denominada por el departamento, como Magdalena Medio Santandereano.²⁹

Límites:

NORTE: Partiendo de la desembocadura de la Quebrada Doradas sobre el río Lebrija, de este río aguas abajo hasta su confluencia con el río Chocóa o Santos Gutiérrez, delimitando con el Municipio de Rionegro.

OCCIDENTE: Río Chocóa o Santos Gutiérrez, aguas arriba, hasta Puerto Escondido, de aquí en línea recta hasta Caño Peruétano en el punto donde desemboca en este Caño el Caño Negro, sigue el Caño Peruétano hasta Ciénaga de Paturia o Paredes y atraviesa la Ciénaga de la Quebrada La Gómez, sigue esta Quebrada y luego la Quebrada de La Cristalina hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el punto en donde desemboca en el río Sogamoso la Quebrada Payoa, delimitando con el Municipio de Puerto Wilches.

SUR: Río Sogamoso hasta donde desemboca en este río el Río Sucio, delimitando con los Municipios de Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí, sigue Río Sucio aguas arriba hasta donde desemboca en este río la Quebrada Gomero, delimitando en este último trayecto con el Municipio de Girón.

ORIENTE: La Quebrada Gomero aguas arriba hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el nacimiento de la quebrada Doradas; de esta quebrada aguas abajo hasta su desembocadura sobre el río Lebrija, punto de partida de esta demarcación delimitando con el costado oriental con los municipios de Girón y Lebrija.³⁰

Economía:

La Economía de Sabana de Torres depende de varios sectores productivos agropecuario, minero, y maderero; algunos de ellos se encuentran bien organizados en asociaciones con estatutos y líneas de producción o comercialización muy claras, tal es el caso de los cultivadores de palma, y en buena parte los pescadores.

²⁹ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 03-02-2013]

³⁰ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 03-02-2013]

De igual manera el municipio es un importante productor de petróleo el cual cuenta con dos empresas dedicadas a la extracción de este hidrocarburo, estas son Ecopetrol empresa de reconocimiento nacional y Petrosantander empresa multinacional las cuales generan gran número de fuentes de empleo e ingresos para el desarrollo del municipio.

Otros sectores se manejan de forma artesanal es decir, que las actividades se realizan ocasionalmente por cualquier persona como subsistencia mientras consiguen un trabajo estable por ejemplo, los extractores de gravilla, canteras, arenas silíceas y oro. Así mismo, las acciones relacionadas con la extracción ilegal de madera se desarrollan de manera continua y son efectuados por personas que cuentan con los medios económicos para su aprovechamiento y transporte.

El sector agropecuario se encuentra compuesto por dos actividades: cultivo de palma y ganadería extensiva, el cual es manejado libremente por los propietarios de fincas, algunas de las cuales tiene muy buenos forrajes con alta producción

En el caso de los palmicultores se han identificado dos procesos en los cuales el medio ambiente se ve afectado. El primero de ellos tiene que ver con la cantidad del territorio destinado para esta actividad. Debido a la rentabilidad económica, en Sabana de Torres se está sembrando palma en cualquier parte sin tener en cuenta las condiciones agroecológicas del suelo y el segundo es el cultivo de pequeños productores donde siembran 10 Has permitiendo otras actividades agrícolas en las fincas.³¹

Características de la Economía de Sabana de Torres

- Primer productor de leche en Santander alrededor de 70.000 litros diarios.
- Segundo productor en carne con 147.800 cabezas de ganado.
- Una producción mensual de 350.000 aproximadamente de pollos de engorde.
- Producción en menor escala de la explotación piscícola.

Educación y Cultura. La ciudad cuenta con instituciones públicas y privadas, con todos los niveles, desde pre escolares, educación básica primaria, secundaria, técnica, tecnológica hasta la formación universitaria a través del Centro Educativo Regional de Educación Superior (CERES). La cultura, el deporte, el turismo y la recreación están a cargo del Instituto Municipal INDERCULSAT; es un organismo que gestiona políticas públicas incluyentes aplicadas a la población Sabanera del

³¹ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 03-02-2013]

área rural y urbana, con programas para niños, niñas, jóvenes, adultos, adultos mayores y discapacitados.³²

INDERCULSAT busca generar el buen uso del tiempo libre, el rescate del patrimonio e identidad municipal, el enfoque de la creatividad como instrumento micro-empresarial y rescate de productos autóctonos, al igual que la implementación de estrategias que rediman las habilidades e información que poseen los ciudadanos. Cuenta con 17 programas estructurados en seis escuelas de formación Deportivas, ocho culturales, dos proyectos novedosos de cobertura rural itinerante y un proyecto de investigación que busca fortalecer los identitarios municipales, Así legitima talentos con capacidad de competencia Regional, Departamental y Nacional.³³

Turismo: El desarrollo de la actividad turística en el municipio es clasificado en los siguientes tipos de turismo:

Turismo urbano: Se destacan los siguientes lugares atractivos:

Figura 1. Parque Principal Municipio Sabana de Torres

- Parque principal:
Hermoso parque situado en el centro de nuestro municipio.



Fuente: Página web Municipio de Sabana de Torres³⁴

³² Página oficial del Instituto Municipal de Deportes, Cultura, Turismo y Recreación de Sabana de Torres. disponible desde internet en:<<http://www.inderculsa.com.co/>> [con acceso el 03-02- 2013]

³³ Ibid.,p.50

³⁴ Página oficial de la Alcaldía Municipal de Sabana de Torres; 30 de julio de 2009. disponible desde internet en:<<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 3-02-2013]

Figura 2. Iglesia Católica Principal Municipio Sabana de Torres

- Iglesia católica Santísima trinidad: lugar Sagrado de recogimiento espiritual se encuentra ubicado frente al parque infantil.



Fuente: Página web Municipio de Sabana de Torres³⁵

Figura 3. Casa de Cultura Municipio Sabana de Torres

- Casa de la Cultura: Jesús Eduardo Vasco, ubicada en la calle 15 No 10-34 Barrio Carvajal.



Fuente: Página web Municipio de Sabana de Torres³⁶

³⁵ Página oficial de la Alcaldía Municipal de Sabana de Torres; 30 de julio de 2009. disponible desde internet en: <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 3-02-2013]

³⁶ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 3-02-2013]

Figura 4. Centro recreacional los Manatíes Municipio Sabana de Torres

- Centro recreacional los Manatíes: Lugar público, donde se realizan actividades de natación, microfútbol y voleypalya. Ubicada en el barrio Aeropuertos en la carrera 12 con calle 22.



Fuente: Página web Municipio de Sabana de Torres³⁷

Ecoturismo: se encuentran los siguientes sitios para disfrutar en la naturaleza de la región.

Figura 5. Reserva natural Cabildo Verde Municipio Sabana de Torres



Fuente: Página web Municipio de Sabana de Torres³⁸

- Reserva natural: Esta reserva cuenta con gran variedad de árboles, las más coloridas y hermosas aves, animales mamíferos y reptiles de todas las especies, uno de los objetivos de la conservación de la reserva es el

³⁷ Página oficial de la Alcaldía Municipal de Sabana de Torres; 30 de julio de 2009. disponible desde internet en: <[http:// www.sabanadetorres-santander.gov.co/](http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/)> [con acceso el 03-02-2013]

³⁸ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 3-02-2013]

turismo contemplativo, en donde los visitantes además de observar los espectaculares paisajes y disfrutar de un ambiente natural, también aprenderán acerca de los usos y el manejo apropiado que se le debe dar a este tipo de sitios; por tanto es también aconsejable para investigaciones estudiantiles.³⁹

La reserva natural del Cabildo Verde de Sabana de Torres, está conformada por siete Predios, Tres de propiedad del Cabildo Verde: La Victoria (212has), Acapulco (189has) y el Paraíso (45has), y cuatro de Propiedad del Municipio de Sabana de Torres: Topacio (32has), El tesoro (28has), Topacio 2 (34has) y la Isla (31has); todas forman un solo bloque, declarado como “Ecosistema de Importancia Estratégico” mediante acuerdo municipal “005 de 1999”. Actualmente se encuentra en administración de la Organización Ambiental Cabildo Verde.

Su temperatura promedio multianual es de 27.87 °C y la máxima de 35.4°C.

Figura 6. Ciénaga de paredes Municipio de Sabana de Torres

- Ciénaga de Paredes: ubicado en la vereda el Cerrito, esta hermosa vereda cuenta con espectaculares paisajes y acceso fluvial a la Ciénaga de Paredes, una de las maravillas de Sabana de Torres, donde se practica recorridos eco turísticos y la contemplación de más de más de 12 manatíes que se encuentra en la ciénaga.



Fuente: Página web Municipio de Sabana de Torres⁴⁰

- Estación del tren: Ubicación: Km. 80 Vereda Veracruz. Descripción: Es la estación del tren José Celestino Mutis. Este monumento hace parte del patrimonio arquitectónico de Sabana de Torres.⁴¹

³⁹ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 3-02-2013]

⁴⁰ Página oficial de la Alcaldía Municipal de Sabana de Torres; disponible desde internet en: <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co> 30 de julio de 2009; [con acceso el 03-02-2013]

En el ámbito local la actividad objeto de estudio (Turismo) no dispone de información o datos históricos que permitan evaluar las condiciones actuales de este sector, sin embargo existen evidencias de que aproximadamente hace cinco años se vienen presentando actividades que registran una evolución en el sector en la medida en que se han construido 7 hoteles así como se han remodelado los que ya existían. De igual manera existen desplazamientos permanentes hacia los sitios turísticos arriba mencionados, de los cuales se acompaña una actividad de movilización que evidencia el resultado sobre la actividad turística en la ciudad. Paralelamente a la actividad turística mencionada se registran eventos que convocan poblaciones vecinas por asistir a actividades deportivas principalmente. Este registro queda consignado en los archivos del INDERCULSAT.

Elementos Empresariales. En el Municipio existe una incipiente cultura microempresarial; la mayor parte de las empresas están relacionadas con el comercio. Gran parte de la zona urbana deriva sus ingresos directa e indirectamente de la actividad comercial, la agrícola y outsourcing contratista al servicio de empresas petroleras (Ecopetrol y Petrosantander). Es así como la Administración Municipal y las diversas organizaciones locales o Gremios Económicos como son el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM), FUNDESMAG, Cámara de Comercio, SENA, FINANCIERA COMULTRASAN, entre otros; trabajan por el desarrollo de una economía alterna en los diferentes sectores del Municipio.

Es importante destacar que el municipio de Sabana de Torres está ubicado estratégicamente en el corazón de Colombia y se hace esta apreciación porque se encuentra en la mitad entre la Capital del País y la Costa Colombiana por vía terrestre sobre la Troncal de Magdalena medio; los establecimientos de comercio ubicados alrededor de esta importante vía Nacional tienen como actividad principal la prestación de servicios entre los cuales sobresalen restaurantes, hospedajes, estaciones de servicios, lavaderos para vehículos de carga y ventas de víveres y bebidas heladas.

En la región en la cual se realiza el presente estudio se encuentran importantes sitios turísticos naturales como la Reserva natural, la Ciénega de paredes (hábitat natural del manatí, especie mamífera acuática en vía de extinción), quebrada y balneario la Gómez, el cual se encuentra a tan solo unos 100 mts. Del sitio

⁴¹ <<http://www.sabanadetorres-santander.gov.co/>> [con acceso el 3-02-2013]

propuesto para el proyecto y es muy visitado por habitantes de poblaciones aledañas especialmente los fines de semana y festivos para el esparcimiento familiar en los tradicionales paseos de olla.

En la proyección socioeconómica que tiene el municipio se están desarrollando proyectos de alto impacto nacional como la Construcción de la planta procesadora de fruto de palma de aceite más grande de Latinoamérica “ORO ROJO”, la ampliación a dos carriles de la vía panamericana que conduce a la Costa Atlántica del país, se encuentra en estudio la construcción del Aeropuerto internacional de carga, la súper vía la cual acortará el trayecto entre la capital del departamento y el municipio a tan solo 45 minutos que hoy en día es de 2 horas y media.

Estos acontecimientos generarán crecimiento a la economía local y regional siendo puntos favorables para la puesta en marcha del proyecto al proporcionar un mercado potencial que adquieran los múltiples servicios ofrecidos por el Hotel Campestre Country Resort.

1.3 ASPECTOS LEGALES

1.3.1. Normatividad general y relacionada

La Ley 300 de 1996, o Ley General de Turismo, establece el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.⁴²

Ley 1014 de 2006, Fomento a la Cultura del Emprendimiento: Desde Enero de 2006 el ex presidente de la república Doctor Álvaro Uribe Vélez y un grupo de sus colaboradores, se dieron a la tarea de formalizar uno de los más importantes proyectos de proyección, visualización y funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas para el sostenimiento rentable de la economía menos favorecida del país y la explotación en buen sentido de la palabra de las ideas que cada Colombiano día a día refleja para su sostenimiento real. Fundamental resulta que desde los entes educativos se inculque la idea base que germinará en la explosión organizada y bien fundamentada de todo un proyecto ambicioso en

⁴² Página virtual Presidencia de la Republica de Colombia. disponible desde internet
en: <<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/.../ley155810072012.pdf>> [con acceso el 03-02-2013]

beneficio de cada Colombiano que reciba la suficiente capacitación, tenga el empeño sólido de su idea empresarial y amparado en la protección estatal de esta ley saque a flote su mejor capacidad en beneficio del país, de sí mismo y de la economía rentable de la nación.⁴³

Decreto 1336 de junio 26 de 2002. Que el artículo 40 de la Ley 300 de 1996, creó una contribución parafiscal con destino a la promoción del turismo a cargo de los establecimientos hoteleros y de hospedaje, las agencias de viajes y los restaurantes turísticos, la cual, en ningún caso, será trasladada a los usuarios del sector y se liquidará anualmente por un valor correspondiente al 2.5 por mil de las ventas netas de los referidos prestadores de servicios turísticos.⁴⁴

Resolución 0049 de enero 22 de 2002. Que el artículo 61 de la Ley 300 de 1996, establece que el Ministerio de Desarrollo Económico llevará un registro Nacional de Turismo en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen operaciones en Colombia. Que el mismo artículo 61 de la Ley 300 de 199, parágrafo segundo, determina que el Ministerio de Desarrollo Económico tiene la facultad de establecer las tarifas del Registro Nacional de Turismo, en los términos del artículo 338 de la Constitución Política.⁴⁵

Decreto 1825 de 2001: Que el numeral 7º del artículo 2º de la Ley 300 de 1996, señala, que de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias y además, que las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.⁴⁶

Decreto 2395 de 1999: Que la Ley 300 de 1996 tiene por objeto fomentar la industria turística nacional, propiciando un mejoramiento de la calidad de los productos y servicios ofrecidos por los diferentes prestadores de servicios turísticos, dentro de los cuales se encuentran los establecimientos gastronómicos,

⁴³ Ley De Emprendimiento. disponible desde internet en:<<http://www.ley1014deemprendimiento.blogspot.com/>> [con acceso el 10-10- 2012]

⁴⁴ Decreto 1336, disponible desde internet en:<[http:// www.alaico.org/.../1260486373-2002%20-%20Decreto%201336%2/](http://www.alaico.org/.../1260486373-2002%20-%20Decreto%201336%2/)> [con acceso el 10-02 2012]

⁴⁵ Resolución 0049. disponible desde internet en:<<http://www.operaciondeguianza.blogspot.com/>> [con acceso el 10-02- 2012]

⁴⁶ Decreto 1825. disponible desde internet en:<[http:// www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6316/](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6316/)> [con acceso el 10-10- 2012]

bares y negocios similares de interés turístico; Que el artículo 88 de la Ley 300 de 1996 define como establecimientos gastronómicos, bares y similares de interés turístico "aquellos establecimientos que por sus características de oferta, calidad y servicio formen parte del producto turístico local, regional o nacional y que estén inscritos en el Registro Nacional de Turismo"⁴⁷

Decreto 221 de 1999: Que en las funciones, el Consejo Profesional de Guías de Turismo está la de expedir un Código de Ética que se oriente bajo los parámetros de la legislación turística de país, constituyéndose en un conjunto de reglas de comportamiento que, aplicadas a la profesión, induzcan a los Guías de Turismo a ejecutar bien sus funciones y a evitar cualquier acción negativa que vaya en detrimento de la profesión, de sus colegas o de la Nación en general.⁴⁸

Resolución 220 de 1999: El presente reglamento tiene como finalidad reglamentar el Consejo Profesional de Guías Turismo en su funcionamiento, control, expedición y registro nacional de las Tarjetas Profesionales de Guías de Turismo, así como la fijación y recaudo de los derechos que se ocasionen. El Consejo Profesional de Guías de Turismo es un organismo técnico, conformado por representantes del Gobierno Nacional y de los sectores educativo y gremial profesional de los Guías de Turismo, encargado de velar por el desarrollo y adecuado ejercicio de la profesión de Guías de Turismo así como de la expedición, control y registro nacional de las tarjetas profesionales⁴⁹

Decreto 1075 de 1997: Artículo 1º De las infracciones. El Ministerio de Desarrollo Económico impondrá sanciones, de oficio o a petición de parte, a los prestadores de servicios turísticos, cuando incurran en cualquiera de las siguientes conductas: Presentar documentación falsa o adulterada al Ministerio de Desarrollo Económico o a las entidades oficiales que la soliciten, utilizar publicidad engañosa o que induzca a error al público sobre precios, calidad o cobertura del servicio turístico ofrecido, ofrecer información engañosa o dar lugar a error en el público respecto a la modalidad del contrato, la naturaleza jurídica de los derechos surgidos del mismo y sus condiciones o sobre las características de los servicios turísticos ofrecidos y los derechos y obligaciones de los turistas: Incumplir los servicios ofrecidos a los turistas, incumplir las obligaciones frente a las autoridades de

⁴⁷ Ministerio de Comercio, disponible desde internet en: <<http://www.mincomercio.gov.co/minturismo/descargar.php?id/>> [con acceso el 10-10- 2012]

⁴⁸ Consejo de guías de turismo, disponible desde internet en: <<http://www.consejoprofesionaldeguiasdeturismo.org/documentos/normatividad/codigodeetica.pdf/>> [con acceso el 10-10-2012]

⁴⁹ Resolución 220, disponible desde internet en: <<http://www.rosdary.wordpress.com/normatividad-turismo-colombia/>> [con acceso el 10-10- 2012]

turismo, infringir las normas que regulan la actividad turística, operar sin el previo registro de que trata el artículo 61 de la Ley 300 de 1996.⁵⁰

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.

Código Sustantivo de Trabajo.

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

1.3.2. Aspectos legales sobre la constitución de la empresa

El nuevo hotel, objeto de este proyecto, se someterá a lo expuesto en la Ley General del Turismo, en especial el TÍTULO I (Disposiciones Generales). CAPÍTULO 1 (Objeto, Importancia y Principios de la actividad turística). CAPÍTULO 2 (Definiciones) El TÍTULO II (Organización del sector turismo) CAPÍTULO 1 (Del consejo superior del Turismo) CAPÍTULO 2 (Del consejo consultivo de la industria turística) CAPÍTULO 3 (Del consejo superior de la microempresa y de la pequeña empresa y la mediana empresa); EL TÍTULO IV (De la contribución turística): CAPÍTULO 1 (Aportantes), CAPÍTULO 2 (Impuesto con destino al turismo), CAPÍTULO 3 (Incentivos) EL TÍTULO V (Del fondo nacional del turismo) CAPÍTULO 3 (Del banco de proyectos). Referente a la administración del talento humano, el nuevo hotel se someterá a las normas vigentes establecidas en el Código Sustantivo del trabajo. “De conformidad con el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria libre de servicios privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos por la ley y sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional o territorial preservará el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios⁵¹; además se someterá a lo estipulado en el Estatuto tributario, CAPÍTULO II, Declaraciones tributarias, disposiciones generales; Código de comercio, CAPÍTULO I Funcionamiento de la empresa, artículo 48. Ley 232 de 1995 (diciembre 26) normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales; Código de comercio, Artículos del 10 al 25 en referencia con las prestaciones sociales y demás e igualmente la seguridad social contemplada en la ley de 1993 en el

⁵⁰ <<http://www.rosdary.wordpress.com/normatividad-turismo-colombia/>> [con acceso el 10-10- 2012]

⁵¹ República De Colombia. Ministerio De Comercio. disponible desde internet en:<<http://www.mincomercio.gov.co/descargar.php?idFile=2294/>> [con acceso el 13-02-2013]

artículo 48 de la Constitución nacional. Ley 9 de 1979. “Seguridad higiene industrial y salud ocupacional.”⁵²

El Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social será constituido como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)⁵³, la cual podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Personalidad jurídica. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza. La sociedad por acciones simplificada⁵⁴ es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, en el cual se expresará lo siguiente:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;
- Razón social de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

⁵³ Página Virtual Emprendimiento Programa SENA, disponible desde internet en:<<http://www.Ley 1258 de 2008/>> [con acceso el 13-02-2013]

⁵⁴ Página Virtual Secretaria del Senado, Congreso de la República. disponible desde internet en:<http://www.secretariasenado.gov.co/senado/.../ley/2008/ley_1258_2008.ht/> [con acceso el 13-02- 2013]

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberá
- n pagarse;
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. Se designará un representante legal.

La Cámara de Comercio verificará la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Se podrá impugnarse el contrato por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercados para la creación de una empresa especializada en prestación de servicios de Hospedaje tipo campestre con zona recreacional, y/o social en el Municipio de Sabana de Torres, analizando fuentes de información primaria y secundaria, detectando aspectos relacionados con la descripción del servicio, el mercado potencial y objetivo, la demanda, la oferta, la comercialización, precios, publicidad y promoción, con el fin de establecer el grado de aceptación del servicio en el área establecida como objeto del estudio.

2.1.2 Específicos

- Realizar una definición del servicio que se va a comercializar través de la descripción de sus diferentes usos y especificaciones, así como también sus servicios complementarios y sustitutos para conocer la tendencia del mercado.
- Determinar el mercado potencial y objetivo mediante fuentes primarias y secundarias para conocer cuál es el segmento al cual se dirige o se puede dirigir el producto y las necesidades a cubrir de esa población.
- Analizar el comportamiento actual y futuro de la población interesada en la obtención del servicio en el Hotel Country Resort, teniendo en cuenta sus preferencias, gustos, poder adquisitivo, con el fin de determinar las condiciones que afectan positiva y negativamente el mercado al que se desea llegar con la creación de esta empresa. Esto se realizará mediante la proyección de la demanda.
- Realizar un análisis sobre la oferta mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de los hoteles y residencias ubicados en el Municipio de Sabana de Torres y así evaluar su nivel de competitividad en el sector.
- Determinar el precio del servicio a ofrecer haciendo un análisis comparativo de los precios actuales del mercado y de los sistemas de fijación de precios con el fin de ofrecer un precio altamente competitivo y conveniente para el cliente.

- Determinar el medio de comercialización del servicio que se está ofreciendo, analizando las ventajas y desventajas de cada uno de los existentes logrando llegar al cliente y generando posicionamiento de marca.
- Seleccionar la mejor estrategia de publicidad del servicio que se está ofreciendo, a través del análisis detallado de los medios que tengan mayor alcance de la población objetivo al menor costo posible, para lograr el reconocimiento del hotel a nivel regional, departamental y nacional y generar identidad comercial.
- Conocer el comportamiento de la plaza del servicio a ofrecer evaluando históricamente sus características para así identificar estacionalidades y dar respuestas oportunas a las diferentes tendencias del mercado.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio

Hotel Country Resort ofrecerá un servicio de hotelería campestre donde se puede disfrutar del contacto directo con la naturaleza y el entorno de los acogedores jardines, senderos y todos los espacios verdes de este maravilloso lugar y/o zona recreacional incluye: canchas de baloncesto, microfútbol, mini fútbol en pasto, voleibol, y de tenis, salón de eventos sociales, zona de juegos tradicionales, paseo ecológico, zonas húmedas (piscina y jacuzzi), juegos infantiles, zona de camping, zona de hamacas, parqueadero y restaurante-bar.

Las habitaciones serán amplias y hermosas con acomodaciones sencilla, doble y múltiple.

- Aire acondicionado
- Baño privado
- Tv con señal de televisión satelital
- Caja de seguridad
- Teléfono
- Servicio a la habitación.
- Radio Reloj
- Internet Wifi
- Mini Bar
- Cerradura electrónica que controla el encendido de la luz y el aire acondicionado.

La unidad de negocio central es el hospedaje (hotel) los servicios de restaurante, parqueadero, zonas recreativas, se arrendarán con el fin de evitar contratación de personal directo con el Hotel y a la vez recibir ingresos adicionales por estos servicios. Entre las zonas recreativas se encuentran aquellos servicios que complementan la prestación del servicio principal, son aquellos relacionados con la diversión y el espacio social entre los cuales se mencionan:

Zona de Camping: El Hotel Country Resort se caracterizará por sus zonas verdes las cuales se han dispuesto, para poder ofrecer el servicio de camping. Este servicio es uno de los más apetecidos, se contará con dos zonas de camping con un promedio de cuatro personas por área, con baños propios, fogones artesanales y lockers especiales para el camping.

Figura 7. Camping



Zona húmeda: El hotel turístico contará con dos piscinas, una para adultos y otra para niños que será un gran atractivo para visitantes y habitantes igualmente contará con un jacuzzi y una piscina que permitirá la relajación y el descanso del huésped durante la estadía.

Figura 8. Piscina y Jacuzzi



Paseo Ecológico: El hotel campestre contará con un camino ecológico por las instalaciones aledañas (límites), el cual tendrán las siguientes medidas: de 1000 metros de largo y un ancho de 1.50 m, esta actividad además de ser reconfortante y beneficiosa para el cuerpo y la salud, sirve para que las personas conozcan y aprendan a cuidar la naturaleza que los rodea.

Figura 9. Paseo ecológico



Zona de juegos tradicionales: El Hotel turístico contará también con una gama de juegos tradicionales autóctonos de la región, entre los que se encuentran.

Canchas de Bolo Criollo: Dos secciones de 5 canchas cada una con medidas de 20 a 24 metros de largo por tres y medio de ancho. A esta distancia se hace el lanzamiento. Lo más importante del bolo es pasar un momento agradable y diferente con familia y amigos.

Figura 10. Canchas de Bolo criollo



Canchas de tejo: Dos secciones de 5 canchas cada una con medidas de 19.5 metros de largo, por 2.5 metros de ancho. La distancia entre las canchas es de 17.5 metros, el espacio definido para el lanzamiento es de 2.5 metros a partir de la cancha, todo esto con la finalidad de pasar momentos agradables en compañía de familiares y amigos, y que así se alejen del estrés diario que genera la ciudad en jornadas laborales. Es importante resaltar que las canchas se encuentran a una distancia considerable de las diferentes zonas de descanso lo que no afecta la tranquilidad de los huéspedes y los usuarios de los diferentes servicios.

Figura 11. Canchas de Tejo



Canchas de juego de rana: Dos secciones de 5 canchas cada una este juego se puede realizar en cualquier espacio llano, cerrado o abierto, que tenga como medidas más de 4 metros de longitud ya que es un juego de lanzamiento de precisión múltiple, donde se intenta introducir un determinado número de fichas o discos de hierro en los múltiples agujeros que están en la mesa de la rana y el objetivo es generar un ambiente familiar, agradable y de esparcimiento entre los visitantes.

Figura 12. Canchas de juego de Rana



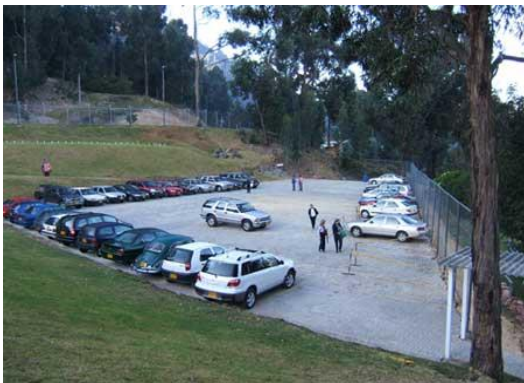
Salón de Eventos: El hotel campestre contará con un salón para eventos sociales, ideal para cualquier tipo de eventos como Seminarios, Reuniones, Simposios, Congresos, Convenciones, Fiestas, etc. El salón social servirá para llevar a cabo importantes eventos adecuado para albergar un máximo de 300 personas por evento.

Figura 13. Salón para Eventos Sociales



Parqueadero: 3 secciones de parqueadero con capacidad para 60 vehículos cada uno, servicio prestado a los huéspedes o aquellas personas que utilicen los diferentes servicios de recreación del Hotel ya sea el restaurante o la zona social y recreacional.

Figura 14. Parqueadero



Zona de hamacas: Para el descanso de los turistas, se contará con una zona de hamacas que podrán disfrutar durante su visita con una capacidad para más o menos 10 hamacas

Figura 15. Zona de Hamacas



Zona de juegos infantiles: En el hotel turístico se proyectará la construcción de una zona adecuada para niños para su recreación y esparcimiento, para el regocijo en sus ratos libres durante la estadía en el hotel.

Figura 16. Juegos Infantiles



2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia

EL HOTEL COUNTRY RESORT, ofrecerá un servicio de hospedaje totalmente diferente a los que se prestan hoy en día en el municipio de Sabana de Torres

porque es totalmente campestre, se encuentra fuera del casco urbano y la naturaleza es su mayor atractivo. Se ofrecerán servicios adicionales al hospedaje anteriormente mencionados que en la actualidad no son asequibles o existen en el municipio, razón por la cual se convertirá en un espacio donde todos los huéspedes y usuarios recibirán atención personalizada acerca de la utilización de los diferentes servicios y las actividades recreativas, deportivas y sociales a desarrollar dentro de las instalaciones del hotel. Éste será un factor diferenciador frente a los demás hoteles existentes.

Otro aspecto diferenciador es el aprovechamiento de las condiciones naturales de la región, las cuales se potencializarán con el estilo campestre, sus zonas verdes, la tranquilidad que puede alcanzar el usuario en sus instalaciones, permitiendo el descanso y relax para una mayor satisfacción.

Aunque no son atributos diferenciadores se tendrán instalaciones nuevas, cómodas y agradables; la ubicación estratégica del lugar sobre la vía panamericana y paralelo a la entrada al casco urbano del municipio las cuales son de fácil acceso y se encuentran en excelentes condiciones y la principal política es el excelente servicio al cliente en los múltiples servicios que ofrece el Hotel Country Resort en un mismo lugar.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial

El mercado potencial está constituido por la población del Municipio de Sabana de Torres y las zonas aledañas como Puerto Wilches, Barrancabermeja, y la zona del Magdalena Medio; los visitantes y la población flotante que quieren un lugar de descanso y de esparcimiento. De igual manera se puede contemplar parte del mercado los conductores de vehículos que transitan por la troncal de la paz, también es de tener en cuenta el personal que labora en los proyectos a desarrollar y los que prontamente se llevaran a cabo como:

1. La Ruta del sol
2. La súper vía
3. Aeropuerto Internacional de carga
4. Extractora Oro Rojo: Planta procesadora de fruto de palma de aceite más grande de Latinoamérica.⁵⁵

⁵⁵Alcaldía Municipal de Sabana de Torres, Oficina de Planeación Municipal, Arq. Juan Carlos Gómez Castro [con acceso el 28-04- 2013]

Cuadro 1: Población general de mercado potencial

Municipio	Población General
Sabana de Torres	23.065 Habitantes ⁵⁶
Puerto Wilches	35.281 Habitantes ⁵⁷
Barrancabermeja	359.258 Habitantes ⁵⁸
Total	417.604 Habitantes

2.3.2 Mercado objetivo

El mercado objetivo para la creación de un Hotel campestre con zona recreacional y social se desarrolla en el municipio de Sabana de Torres, cuya población presenta un crecimiento real contrario a las proyecciones basadas en estadísticas sobre las estimaciones de población adelantada por el DANE, soportada en el censo del año 2005.⁵⁹

La población real registrada en el municipio, según censo adelantado por el Sisben en el año 2011 es 23.065 habitantes. En la estratificación socioeconómica desarrolla por el orden municipal se encuentran 3 estratos y 11 núcleos poblacionales. Esta población se considera población objetivo para los servicios propuestos a la población local.⁶⁰

La distribución de los 23.065 habitantes del Municipio de Sabana de Torres, según cuadro 2 resume la población con capacidad de compra en los intervalos de edad de 18 a 59 años, la población con poder adquisitivo, totalizada en 11.270 habitantes con una participación del 48.86% del total de la población. Es importante resaltar que esta población es gestora de los efectos de uso del servicio hacia su núcleo familiar (niños y ancianos) y comunidad en general.⁶¹

En conclusión la población objetivo descrita, se resume en los 11.270 habitantes y 3.500 personas que conforman la población flotante del municipio de Sabana de Torres⁶² como resultado del ejercicio de observación y sondeo se estima esta cantidad de manera anual la cual hace referencia al personal que por razones laborales se encuentran en el municipio y utilizan el servicio de hotelería para su hospedaje, entre las cuales se pueden resaltar: Consorcio Confipetrol, Weatherfor,

⁵⁶ Alcaldía Municipal de Sabana de Torres, Oficina del Sisben [con acceso el 20-05-2012]

⁵⁷ Página oficial Municipio de Puerto Wilches, disponible desde internet en: <<http://www.Puertowilchessantander.gov.co/>> [con acceso el 23-02-2013]

⁵⁸ Destinos de la comunidad guiarte.com. disponible desde internet en : <http://www.guiarte.com/destinos/am-erica-del-sur/poblacion_colombia_barrancabermeja/> [con acceso el 23-02-2013]

⁵⁹ Página oficial DANE , disponible desde internet en:<<http://www.dane.gov.co/>> [con acceso el 25-05-2012]

⁶⁰ Alcaldía Municipal Sabana de Torres, Oficina Sisben, [con acceso el 20-05- 2012]

⁶¹ Ibid. ,p. 70

⁶² Alcaldía Municipal de Sabana de Torres, Oficina de Planeación Municipal, Arq. Juan Carlos Gómez Castro [con acceso el 28-04- 2013]

Schlumberger, Halliburton, BJ Services, Essential Energy, Inemec, Electrificadora de Santander y Funcionarios de la Alcaldía Municipal. En conclusión la población objetivo es de 14.770 personas.

Cuadro 2: Población por sexo y edades quinquenales

EDAD EN AÑOS	TOTAL	% GRUPO DE EDAD	MUJERES		HOMBRES	
			Nº	%	Nº	%
0 – 4	3035	13,16%	1512	13,20%	1523	13,12%
5 – 9	2323	10,07%	1182	10,32%	1141	9,83%
10 – 14	2335	10,12%	1115	9,73%	1220	10,51%
15 – 19	2348	10,18%	1212	10,58%	1136	9,78%
20 – 24	2172	9,42%	1073	9,37%	1099	9,47%
25 – 29	1908	8,27%	949	8,28%	959	8,26%
30 – 34	1623	7,04%	805	7,03%	818	7,05%
35 – 39	1516	6,57%	777	6,78%	739	6,37%
40 – 44	1315	5,70%	659	5,75%	656	5,65%
45 – 49	1176	5,10%	598	5,22%	578	4,98%
50 – 54	889	3,85%	424	3,70%	465	4,01%
55 – 59	671	2,91%	313	2,73%	358	3,08%
60 – 64	589	2,55%	277	2,42%	312	2,69%
65 – 69	436	1,89%	201	1,75%	235	2,02%
70 – 74	333	1,44%	160	1,40%	173	1,49%
75 – 79	199	0,86%	104	0,91%	95	0,82%
80 y mas	197	0,91%	94	0,82%	103	0,89%
TOTAL	23.065	100,00%	11.455	100,00%	11.610	100,00%

Fuente: Oficina de Sisben – Sabana de Torres – 2011⁶³

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 LA DEMANDA

La identificación de la demanda y los posibles beneficios que aportaría, es el punto de partida para evaluar un proyecto. La comprensión de estos factores es clave porque éstos determinan si la inversión en verdad se justifica. La medida de la demanda para un servicio será la cantidad de personas que hacen uso del mismo. La evaluación de la demanda no determina únicamente la factibilidad general de la inversión y la magnitud del servicio, sino que además puede tener un impacto importante en las características del servicio a ser generado, la tecnología aplicada, los materiales que se pueden utilizar; y la programación de actividades.

⁶³ Oficina Sisben, Alcaldía Municipal Sabana de Torres, Fecha de Consulta 20 Mayo 2012

Por lo tanto es indispensable realizar un estudio para estimar la demanda y sus posibles resultados, siendo la evaluación de la demanda (existente o potencial) para un servicio propuesto, el primer paso que se tome para determinar si la inversión es factible o no.

Con el fin de evaluar y seleccionar la estrategia adecuada para que la empresa se posicione en el mercado, se procederá a realizar una investigación concluyente que permite obtener información acerca de las expectativas de los diferentes usuarios sobre el hospedaje, la recreación, el descanso y las diferentes actividades que se realizará en el Hotel.

2.4.1.1 Descripción del Problema de Investigación de Mercados

Resulta necesario comprender el entorno social y económico del municipio y caracterizarlo debido a que existen muchas empresas prestadoras de servicio hotelero, algunas con mucha experiencia en el sector, pero no cuentan con servicios adicionales, no están constituidas legalmente, ni registradas ante Cotelco.

Para determinar la viabilidad del proyecto es indispensable, conocer y cuantificar los hoteles y residencias que actualmente existente en el municipio de Sabana de Torres, el grado de conocimientos que tienen los empresarios de la zona sobre la calidad de la prestación de servicio hotelero y cuántos han realizado procesos de mejoramiento para la certificación de calidad.

De igual forma, permite establecer los canales precisos para realizar una efectiva campaña de comercialización en el caso de conocer la expectativa de los futuros usuarios, con ello se permite el diseño de estrategias de marketing que impulsen el posicionamiento del proyecto. Con la consolidación de esta información se puede realizar proyecciones de la demanda para estructurar el proyecto y confirmar una viabilidad de participación en el mercado.

2.4.1.2 Necesidades de Información

- Las preferencias de los consumidores, respecto a cuáles son los servicios adicionales al hospedaje utilizados para la recreación y esparcimiento.
- Cuantificar la cantidad de usuarios que desean tener un lugar donde puedan desarrollar diferentes actividades familiares que permitan la integración en la comunidad de manera sana, tranquila y divertida.
- El promedio de gastos que los potenciales clientes destinan a la diversión familiar y al descanso personal.

- Unificar el precio adecuado a la calidad y variedad de los servicios prestados en hospedaje y recreación.
- Establecer los medios de comunicación necesarios para la campaña de publicidad y promoción de los servicios de hospedaje y zona recreacional donde se pueda llegar directamente al consumidor.

2.4.1.3 Ficha técnica de la investigación

Cuadro 3. Ficha Técnica

Tipo de investigación	Investigación Exploratoria: identificación de problemas y/o alternativas.
Método de investigación	Método Científico Deductivo: donde se espera señalar características de la demanda a través del análisis de los resultados de la fuente primaria (encuestas) y fuentes secundarias (Información existente) las cuales son indispensables para efectuar la toma de decisiones.
Fuentes de información	Primarias: la información se recopiló mediante encuesta directa a los habitantes y visitantes del municipio de Sabana de Torres para conocer sus opiniones y apreciación sobre el proyecto del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social. Secundarias: Para la obtención de datos se acudió a Internet a las páginas Web del DANE, Cámara de Comercio de Barrancabermeja, PROEXPORT Colombia, COTELCO, Gobernación de Santander, Municipio Sabana de Torres y empresas de servicio hotelero estilo campestre.
Técnicas de investigación	Encuesta y entrevistas
Instrumento para recolectar la información	Es el elemento físico del cual se recolecta la información requerida en este estudio de mercados, se hará uso de un cuestionario y/o encuesta estructurada en preguntas de opción múltiple, de escala de importancia y escala de satisfacción.
Modo de aplicación	Dirigida, directa y por Internet.
Definición de población	La población real registrada en el municipio, según censo adelantado por el Sisben en el año 2011 es de 23.065 habitantes, de los cuales la población con capacidad de compra se encuentra entre los intervalos de edad de 18 a 59 años, la población con

	poder adquisitivo, totalizada en 11.270 con una participación del 48,86% del total de la población a estos se le suman la población flotante la cual está estimada en 3.500 personas posibles usuarios.
Determinación de la muestra	<p>n = Muestra de la investigación N = Población 14.770 (número de usuarios.) p₀ = 0.5 q₀ = 0.5 e = 5% margen de error Z = nivel de confianza del 95% => Z = 1,96</p> $n = \frac{Z^2 * N * p_o * q_o}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p_o * q_o)}$ $n = \frac{1,96^2 * 14.770 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (14.770 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$ <p>n = 374,446</p>
Marco muestral	El tipo de muestreo utilizado para esta investigación fue muestreo aleatorio en la cual los elementos que conforman la población se separan en subgrupos que presentan las mismas características, común mente denominados estratos. Para este caso se toma una muestra de 375 personas.
Alcance	La aplicación de la encuesta será suministrada a un grupo de 375 personas visitantes y/o habitantes del municipio de Sabana de torres, seleccionados al azar como muestra representativa.
Tiempo de aplicación	Del 26 de Septiembre al 15 de Octubre del 2012(20 días)

2.4.2 TABULACIÓN, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

CANTIDAD DE ENCUESTADOS: 375 PERSONAS

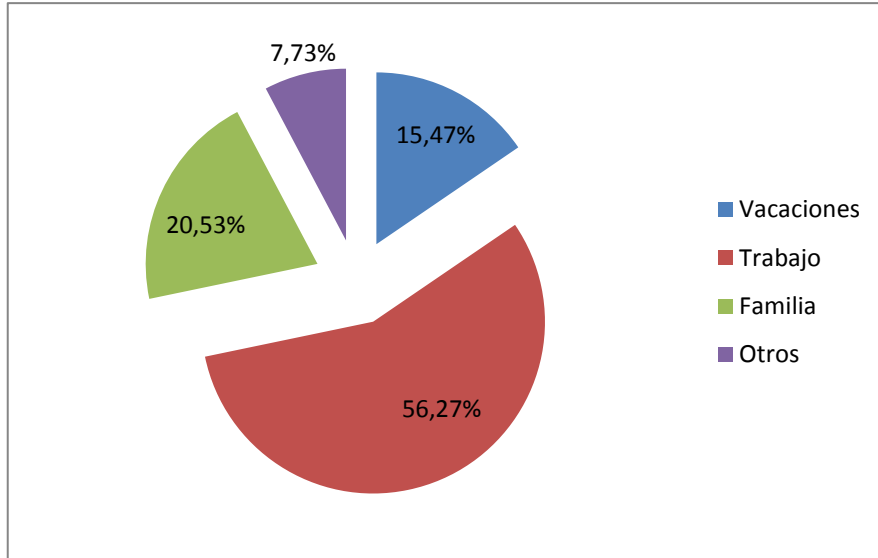
LUGAR: SABANA DE TORRES

1. ¿Qué Lo motiva a visitar el Municipio de Sabana de Torres?

Cuadro 4. Motivo para Visitar Sabana de Torres

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Vacaciones	58	15,47%
Trabajo	211	56,27%
Familia	77	20,53%
Otros	29	7,73%
Total	375	100,00%

Gráfica 1. Motivo para visitar Sabana de Torres



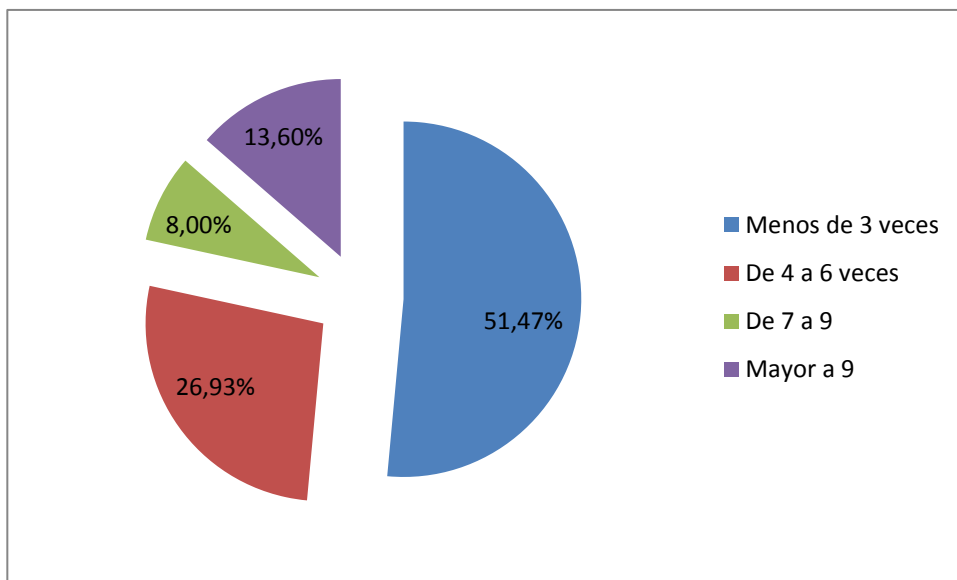
De las personas encuestadas el motivo por el cual viajan al municipio de Sabana de Torres es por trabajo con un 56.27 % teniendo en cuenta que actualmente existe gran oferta de empleo por parte de empresas del sector industrial, seguido del 20.53% por motivos familiares, por lo tanto se puede evidenciar que existe una gran demanda de este servicio por factores constantes y de suma importancia que permiten que el Hotel Campestre Resort sea una opción de descanso para estas personas.

2. ¿Cuántas veces al año visita el Municipio de Sabana de Torres?

Cuadro 5. Frecuencia al año con que visita el Municipio de Sabana de Torres.

OPCIONES	MEDIA	RESPUESTA	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO
Menos de 3 veces	2	193	51,47%	1,03
De 4 a 6 veces	5	101	26,93%	1,35
De 7 a 9	8	30	8,00%	0,64
Mayor a 9	9	51	13,60%	1,22
Total		375	100,00%	4,24

Gráfica 2. Frecuencia al año con que visita el Municipio de Sabana de Torres



Esta gráfica da a conocer el número de veces por la cuales una persona visita el Municipio de Sabana de Torres en un periodo de un año, teniendo un resultado el 51.47% lo visitan menos de 3 veces al año y el 26.93% de 4 a 6 veces en el año para una total del 78,40% de los encuestados visitan el municipio de manera constante lo que permite ofrecerle los servicios prestados por el Hotel Country Resort para sus actividades familiares, laborales o sociales. Se puede concluir que

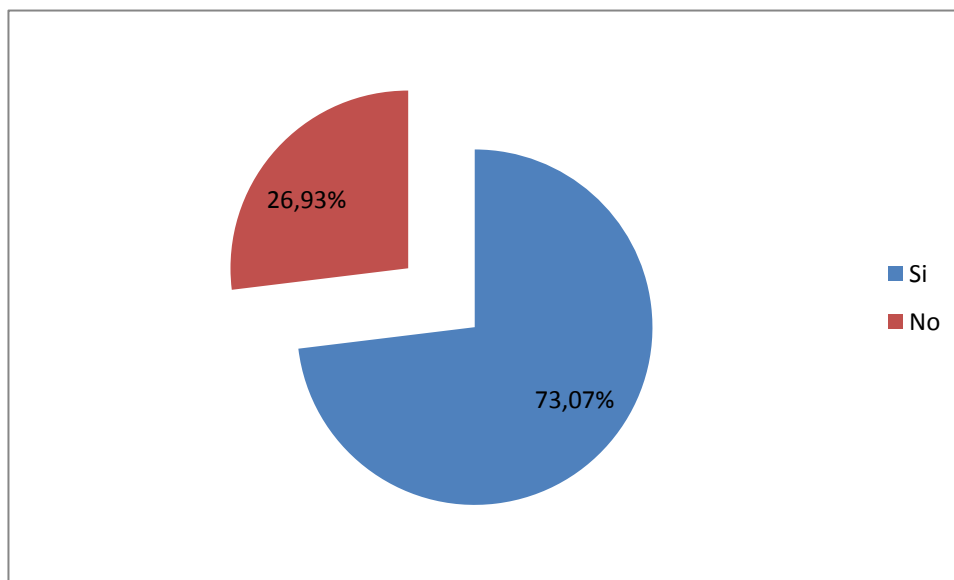
en promedio la frecuencia con que un turista visita el municipio es de 4,24 veces al año.

3. ¿Utiliza el servicio de turismo?

Cuadro 6. Uso del servicio de Turismo

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	274	73,07%
No	101	26,93%
Total	375	100,00%

Gráfica 3. Uso del servicio de Turismo



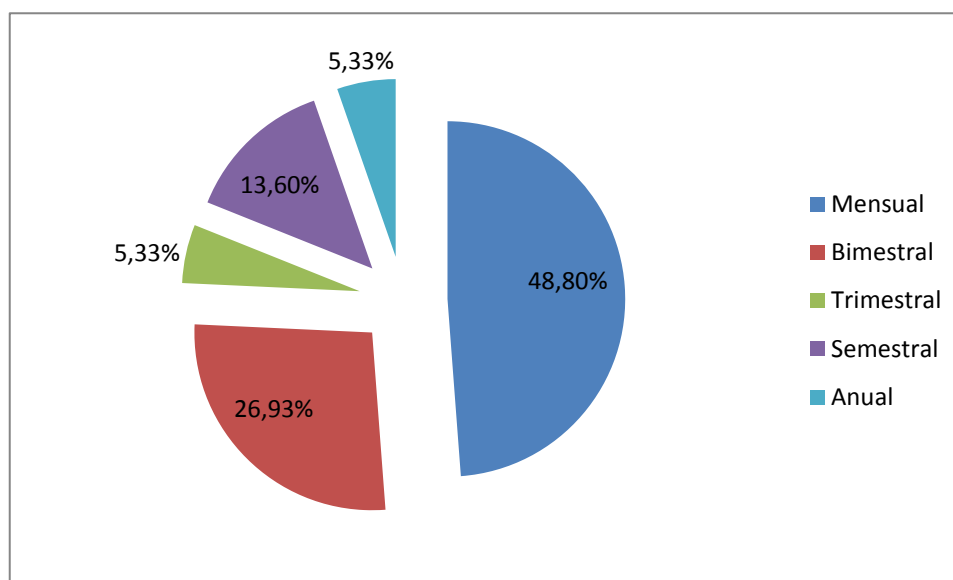
De los encuestados el 73.07 % utiliza el servicio de turismo lo que muestra una ventaja del proyecto, permitiendo evidenciar la factibilidad de la puesta en marcha del proyecto al tener un mercado potencial.

4. ¿Cada cuánto acostumbra a utilizar el servicio de turismo?

Cuadro 7. Frecuencia de uso del servicio de Turismo.

OPCIONES	MESES AÑO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	12	183	48,80%
Bimestral	6	101	26,93%
Trimestral	3	20	5,33%
Semestral	6	51	13,60%
Anual	1	20	5,33%
Total		375	100,00%

Gráfica 4. Frecuencia de uso del servicio de Turismo.



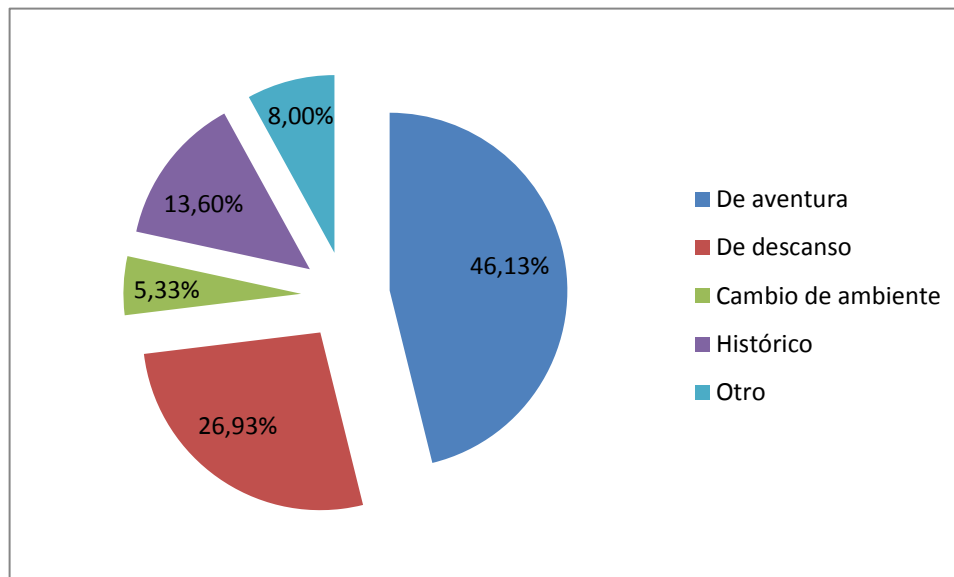
El servicio de Turismo según las personas encuestadas es utilizado mensualmente con un 48.80% y bimestral con un 26,93%, para un total del 75,73% de los visitantes, los cuales lo utilizan con mayor frecuencia por sus actividades laborales, por lo tanto existe una demanda constante que permite ofrecer otros estilo de servicio de hospedaje que le permita un descanso placentero y la opción de un servicio de recreación durante su estadía.

5. ¿Qué clase de servicio turístico le agrada más?

Cuadro 8. Servicio turístico de mayor agrado.

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
De aventura	173	46,13%
De descanso	101	26,93%
Cambio de ambiente	20	5,33%
Histórico	51	13,60%
Otro	30	8,00%
Total	375	100,00%

Gráfica 5. Servicio turístico de mayor agrado.



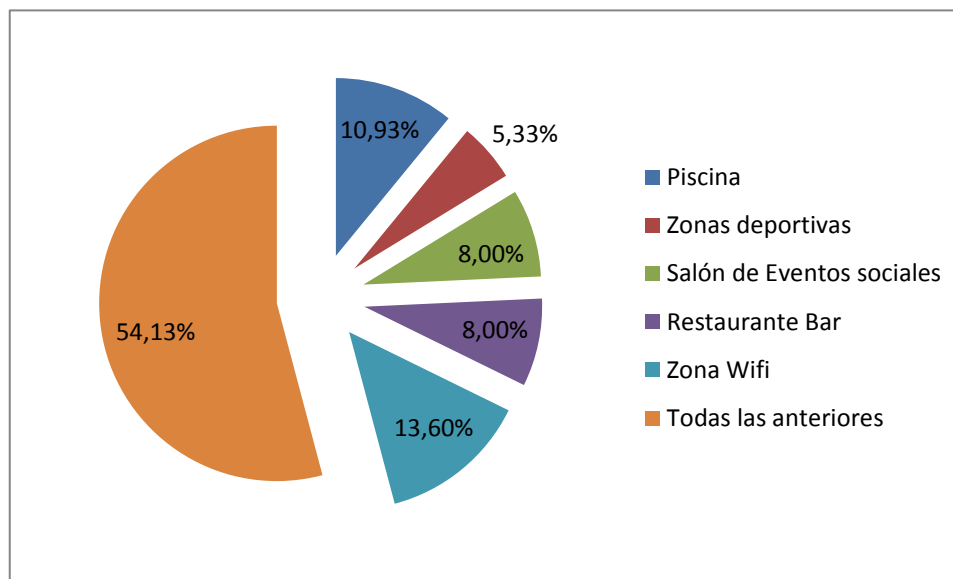
Esta gráfica demuestra que los dos estilos de turismo que más llaman la atención de los usuarios son de aventura con un 46,13% y de descanso con un 26,93% para un total del 73,06% de los encuestados prefieren la aventura y el descanso, dando una opción al el hotel Campestre Resort por ofrecer aventura en su zona recreacional y descanso en el estilo campestre.

6. ¿Cuál de los servicios adicionales utiliza al momento de elegir su hospedaje?

Cuadro 9. Servicios adicionales al hospedaje que utiliza más.

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Piscina	41	10,93%
Zonas deportivas	20	5,33%
Salón de Eventos sociales	30	8,00%
Restaurante Bar	30	8,00%
Zona Wifi	51	13,60%
Todas las anteriores	203	54,13%
Total	375	100,00%

Gráfica 6. Servicios adicionales al hospedaje que utiliza más.



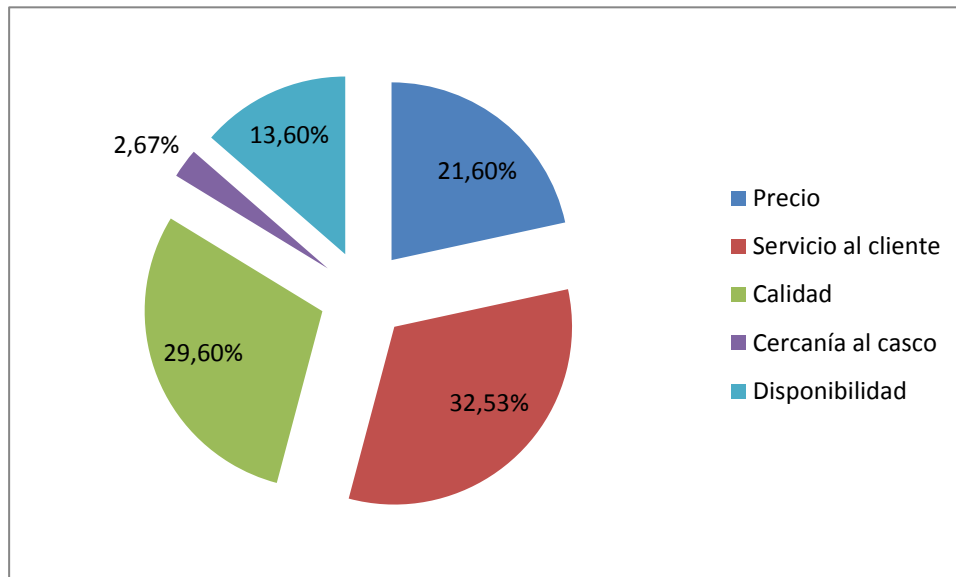
Un 54,13% de los encuestados manifiestan que utilizan todos los servicios como son Piscina, Zonas deportivas, Salón de eventos, Restaurante bar y Zona Wifi, demostrando que entre más completo sea el hotel más satisfacción y alternativas de entretenimiento tienen sus clientes siendo este un factor determinante al momento de elegir el lugar para hospedarse y a la vez una ventaja competitiva frente a la competencia del municipio de Sabana de Torres.

7. En orden de importancia ¿Qué factores consideran indispensables a la hora de elegir el hospedaje?

Cuadro 10. Orden de Importancia de factores indispensables al momento de elegir un hospedaje

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Precio	81	21,60%
Servicio al cliente	122	32,53%
Calidad	111	29,60%
Cercanía al casco	10	2,67%
Disponibilidad	51	13,60%
Total	375	100,00%

Gráfica 7. Orden de importancia de factores indispensables al momento de elegir un hospedaje



En esta gráfica se puede comprobar que hay tres (3) factores que son claves al momento de elegir un hotel, la calidad, el precio y el excelente servicio al cliente toman 83,73% de la torta en participación, con este resultado se puede tomar ventaja competitiva frente a la competencia diseñando estrategias comerciales

que permitan satisfacer las necesidades del cliente en los factores anteriormente mencionados.

8. ¿Cómo califica el servicio prestado por otros hoteles en el municipio de Sabana de Torres?

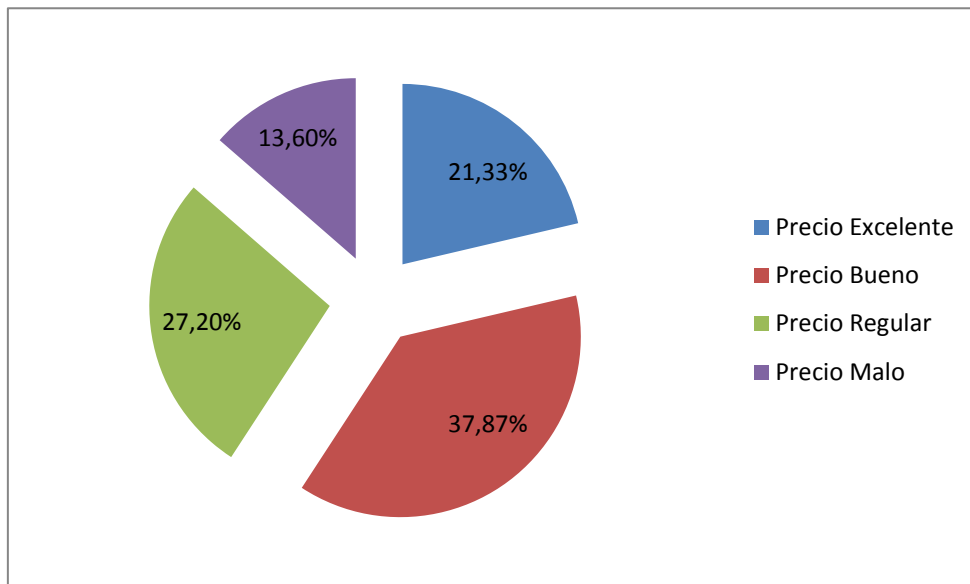
Con respecto a:

a. Precio

Cuadro 11. Calificación del servicio hospedaje en el municipio con respecto al precio

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Precio Excelente	80	21,33%
Precio Bueno	142	37,87%
Precio Regular	102	27,20%
Precio Malo	51	13,60%
Total	375	100,00%

Gráfica 8. Calificación del servicio hospedaje en el municipio con respecto al precio

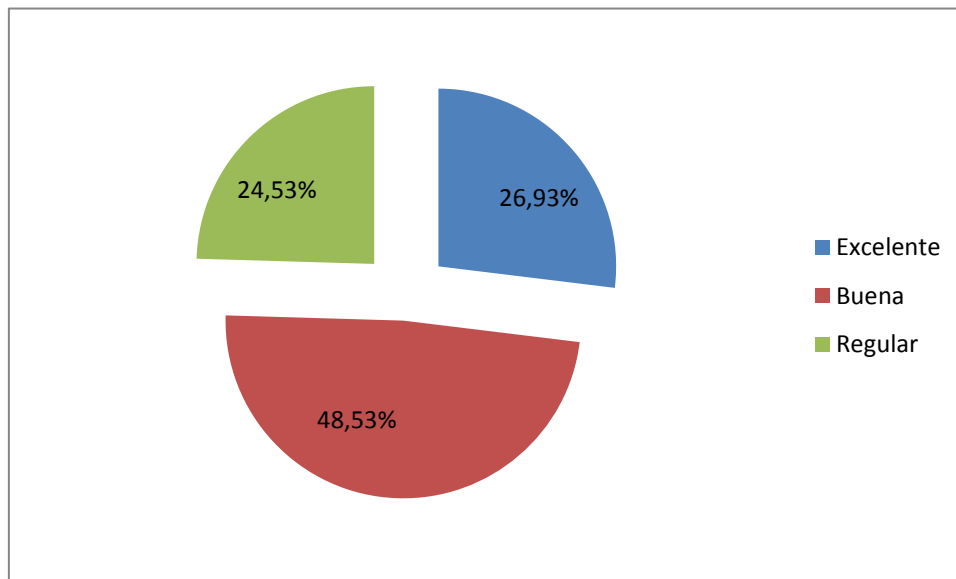


b. A la cercanía al casco urbano

Cuadro 12. Calificación del servicio hospedaje en el municipio con respecto a la cercanía

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Excelente	101	26,93%
Buena	182	48,53%
Regular	92	24,53%
Total	375	100,00%

Gráfica 9. Calificación del servicio hospedaje en el municipio con respecto a la cercanía

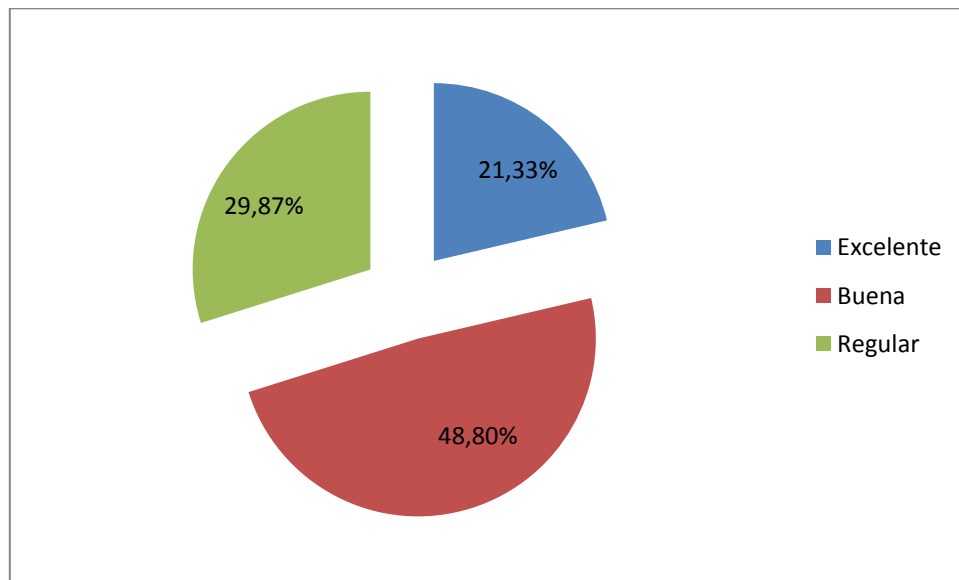


c. Disponibilidad

Cuadro 13. Calificación del Servicio de hospedaje en el municipio de acuerdo a la Disponibilidad

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Excelente	80	21,33%
Buena	183	48,80%
Regular	112	29,87%
Total	375	100,00%

Gráfica 10. Calificación del Servicio de hospedaje en el municipio de acuerdo a la Disponibilidad

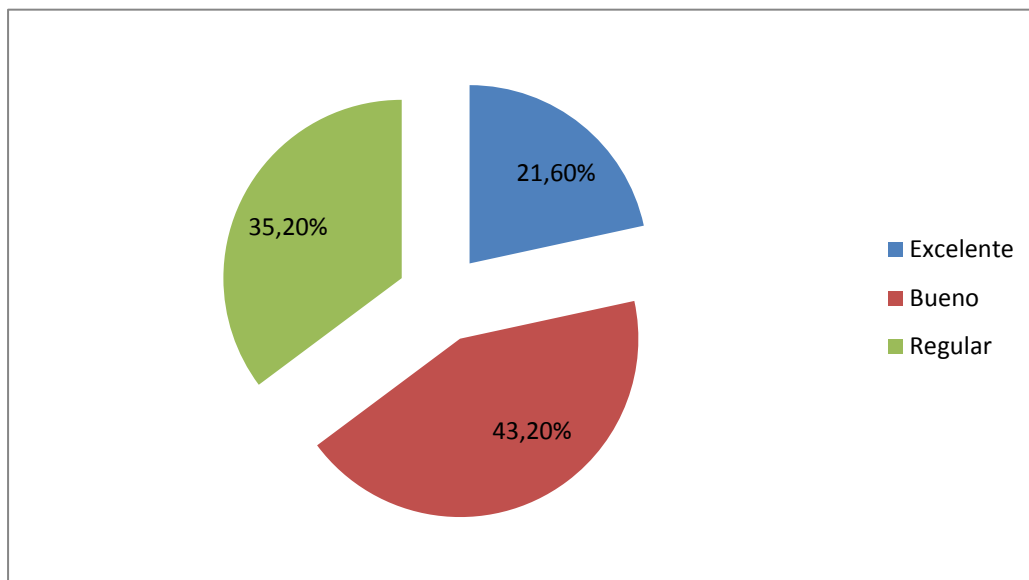


d. Atención al cliente

Cuadro 14. Calificación del servicio hospedaje en el municipio con respecto a la Atención al cliente

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Excelente	81	21,60%
Bueno	162	43,20%
Regular	132	35,20%
Total	375	100,00%

Gráfica 11. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio con respecto a la Atención al cliente

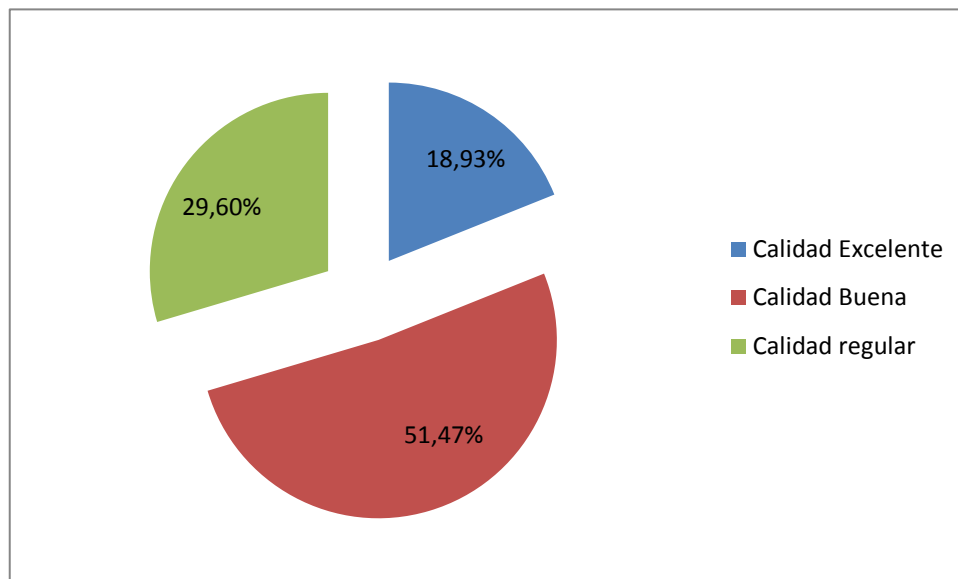


b. Calidad

Cuadro 15. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de acuerdo a la Calidad.

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Calidad Excelente	71	18,93%
Calidad Buena	193	51,47%
Calidad regular	111	29,60%
Total	375	100,00%

Gráfica 12. Calificación del servicio de hospedaje en el municipio de acuerdo a la Calidad



Los aspectos importantes a la hora de escoger el hotel más adecuado para su hospedaje se califican por los turistas en el siguiente orden: servicio al cliente, calidad, precio, disponibilidad y cercanía al casco urbano, lo aprecian como bueno en los hoteles y residencias existentes actualmente en el municipio, evidenciando la insatisfacción de los usuarios y la oportunidad para que el nuevo Hotel cumpla los estándares de calidad y así atraer este mercado, resaltando que no es tan

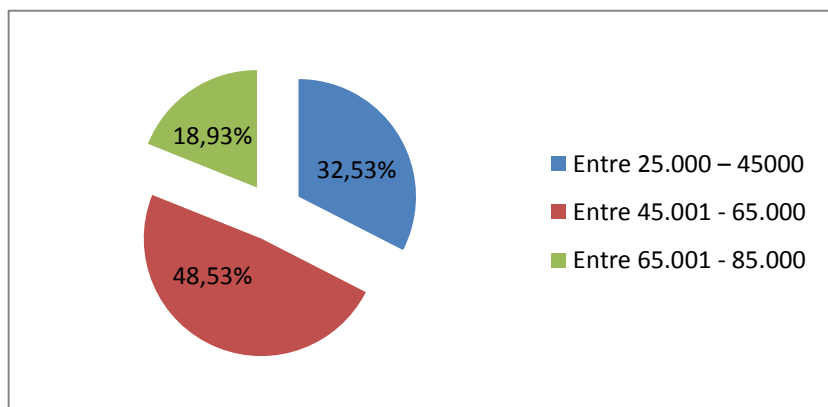
importante la distancia en que se encuentre el hotel del área urbana del municipio siendo este un factor de menos relevancia por estar localizado a las afueras del pueblo, pero sí de alto aprecio la calidad del servicio prestado, la disponibilidad de habitaciones y el tipo de acomodación para planes familiares y adicional que se ajusten a un precio asequible.

9. ¿Cuánto acostumbra a destinar para hospedaje diario por persona?

Cuadro 16. Dinero destinado para el pago de hospedaje diario por persona.

OPCIONES	MEDIA	RESPUESTA	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO
Entre \$25.000 – \$45.000	\$ 35.000	122	32,53%	\$ 11.386,67
Entre \$45.001 - \$65.000	\$ 55.000,50	182	48,53%	\$ 26.693,58
Entre \$65.001 - \$85.000	\$ 75.000,50	71	18,93%	\$ 14.200,09
Total		375	100,00%	\$ 52.280,34

Gráfica 13. Dinero destinado para el pago de hospedaje diario.



El 48.53% de los encuestados acostumbra a destinar entre 45.000 y 65.000 como pago por una prestación de hospedaje en un hotel que le brinde calidad y excelente servicio, y que adicional le pueda ofrecer otros servicios de distracción y entretenimiento. Y el 18.93% entre 65.000 y 85.000, como gasto por noche de hospedaje, para un total del 67,46% (48.53% + 18.93%) pagarían hasta \$85.000

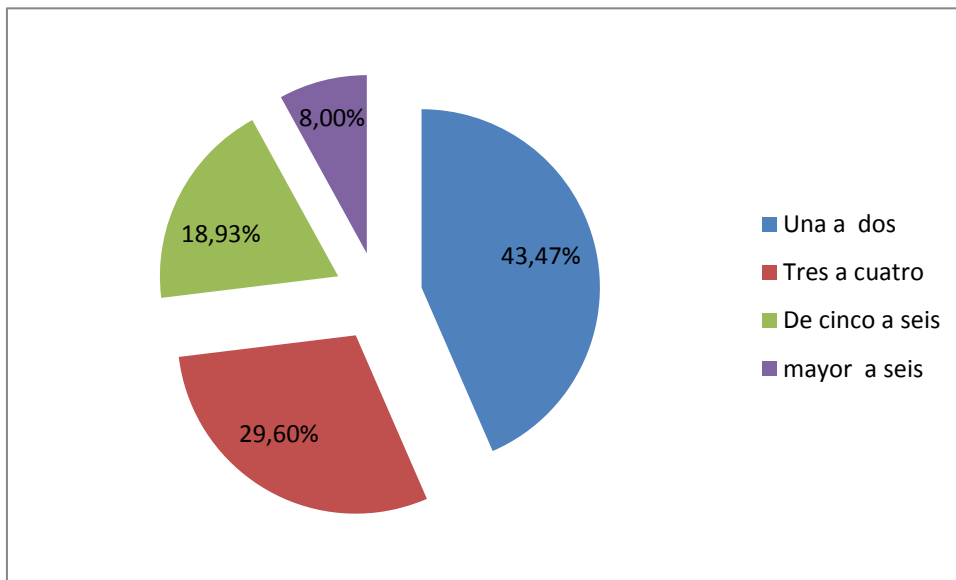
por un servicio de hospedaje que satisfaga sus expectativas, lo que permite establecer precios competitivos acordes a las necesidades del cliente y en promedio los usuarios están dispuestos a pagar \$52.280 por noche de hospedaje de una persona.

10. ¿Cuántas personas acostumbran a viajar con usted?

Cuadro 17. Número de personas que acostumbran a viajar con usted

OPCIONES	MEDIA	RESPUESTA	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO
Una a dos	1,5	163	43,47%	0,65
Tres a cuatro	3,5	111	29,60%	1,04
De cinco a seis	5,5	71	18,93%	1,04
Mayor a seis	6,5	30	8,00%	0,52
Total		375	100,00%	3,25

Gráfica 14. Número de personas acostumbran a viajar con usted



El promedio de personas que acostumbran a viajar es de Una a Dos personas con una porcentaje de 43,47% esto cuando son planes laborales y el 29,60% solos por motivos familiares viaja con tres o cuatro personas, para un total de 73,07%, demostrando una gran demanda para el servicio de hospedaje a un número

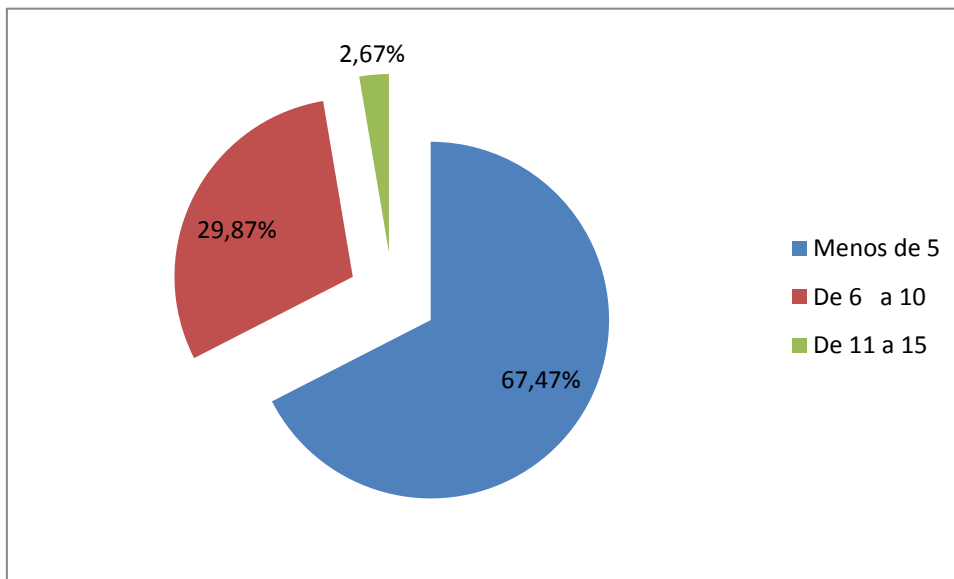
promedio de 3 personas a quien se les puede ofrecer diferentes tipos de acomodación según sus necesidades.

11. ¿Los días promedio de permanencia en hospedaje son?

Cuadro 18. Días promedio de permanencia en el hotel

OPCIONES	MEDIA	RESPUESTA	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO
Menos de 5	3	253	67,47%	2,02
De 6 a 10	8	112	29,87%	2,39
De 11 a 15	13	10	2,67%	0,35
Total		375	100%	4,76

Gráfica 15. Días promedio de permanencia en el hotel



Del total de los encuestados el 67,47% su permanencia es menor de 5 días y el 29,87% manifiesta que hasta 10 días, para un total del 97,34% (67,47% + 29,87%) de los visitantes afirman que su permanencia en un hotel puede durar hasta 10 días, principalmente por motivos laborales, en los cuales aparte de un

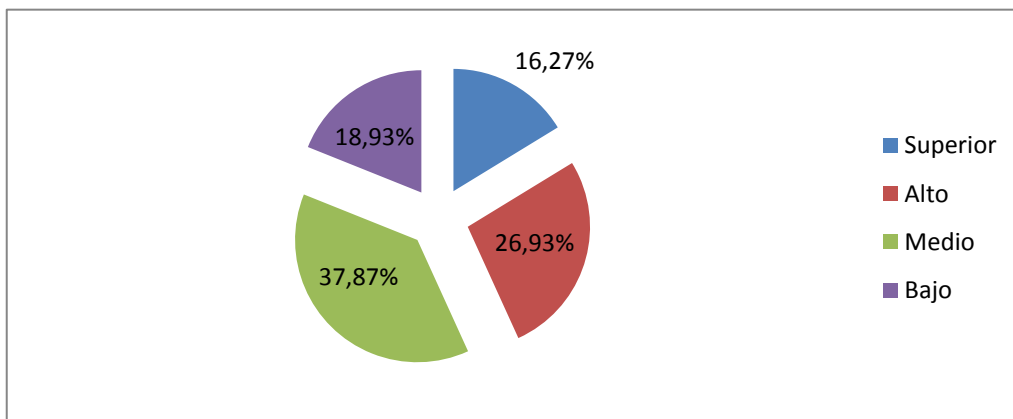
excelente servicio de hospedaje en unas instalaciones cómodas y con un ambiente natural se le puede ofrecer la variedad de alternativas de esparcimientos y distracción para hacer más agradable la estadía en el hotel y teniendo en cuenta que se encuentran fuera del hogar familiar. El promedio de los días de estancia es de 5 (cinco) en las instalaciones del hotel.

12. ¿Qué grado de satisfacción ha tenido en los hoteles del municipio en donde se ha hospedado?

Cuadro 19. Grado de satisfacción obtenido en los servicios prestados por los hoteles del municipio de Sabana de Torres

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Superior	61	16,27%
Alto	101	26,93%
Medio	142	37,87%
Bajo	71	18,93%
Total	375	100,00%

Gráfica 16. Grado de satisfacción obtenido en los servicios prestados por los hoteles del municipio de Sabana de Torres



El grado de satisfacción por parte de los encuestados en los hoteles en los cuales se han hospedado en el municipio ha sido medio con un porcentaje del 37.87% lo que permite que haya oportunidad de entrar al mercado para satisfacer esta demanda que no ha alcanzado el nivel superior de satisfacción, porque el 26,93%

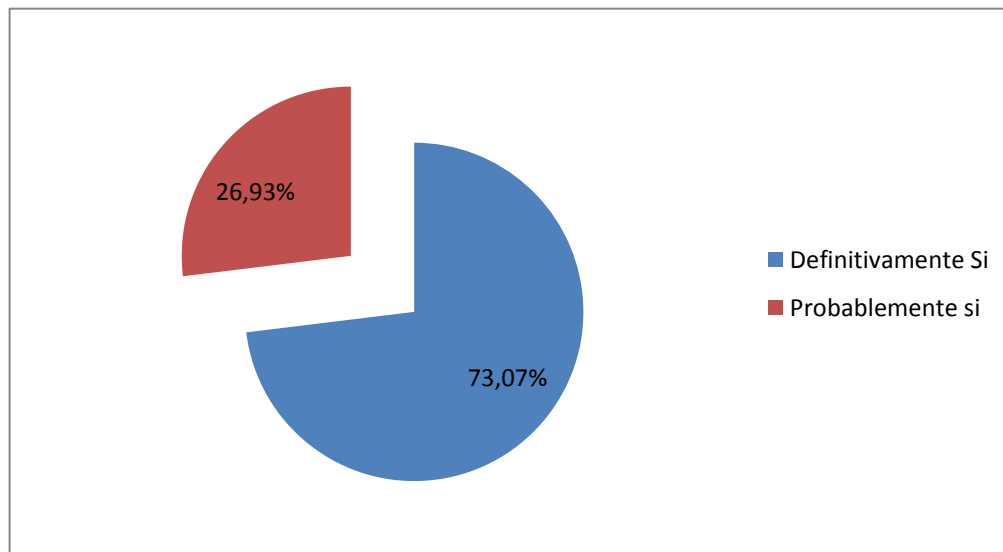
se encuentra en grado de satisfacción alto, para un total del 64,8% no están totalmente satisfechos. Teniendo en cuenta que en la actualidad ningún hotel existente ofrece servicios complementarios en los que se puedan distraer y descansar en el mismo lugar, siendo este una ventaja significativa para la puesta en marcha del hotel campestre con zona recreacional y social en el municipio de Sabana de Torres.

13. ¿Estaría dispuesto a adquirir un nuevo servicio de hotelería campestre?

Cuadro 20. Disposición para tomar un nuevo servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Definitivamente Si	274	73,07%
Probablemente Si	101	26,93%
Total	375	100,00%

Gráfica 17. Disposición para tomar un nuevo servicio de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres



Este porcentaje del 73.07 % muestra que definitivamente si hay demanda para el servicio y que el turista aceptaría un hotel con las características campestres,

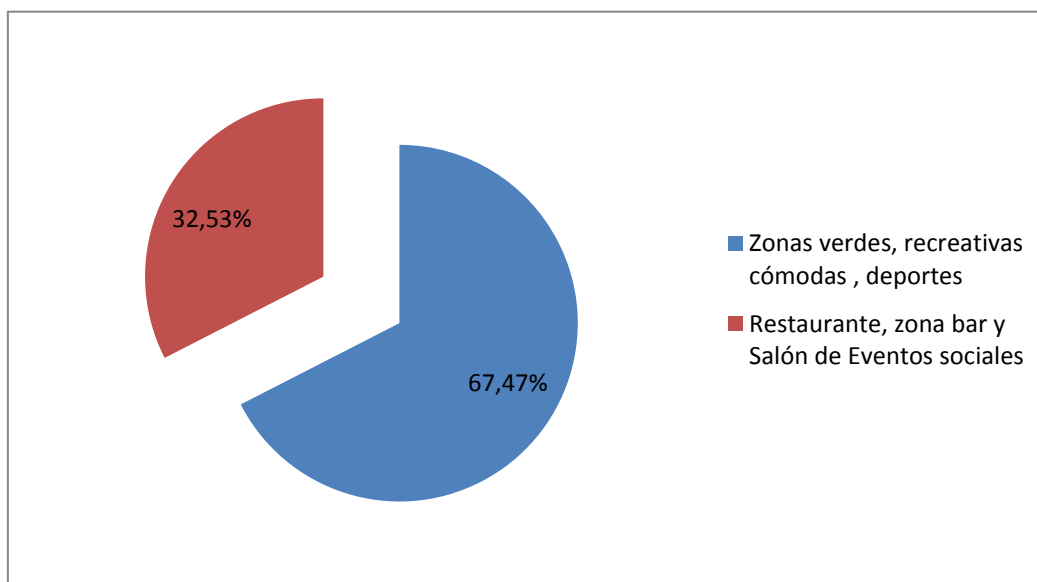
deportivas y sociales que este proyecto ofrece como ventajas y factor diferenciador frente a la competencia actual.

14. ¿Qué recomendación le haría a la nueva empresa prestadora de servicio de hospedaje y recreación?

Cuadro 21. Recomendaciones que haría a una nueva empresa prestadora de servicios de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Zonas verdes, recreativas cómodas , deportes	253	67,47%
Restaurante, zona bar y Salón de Eventos sociales	122	32,53%
Total	375	100,00%

Gráfica 18. Recomendaciones que haría a una nueva empresa prestadora de servicios de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres



El 67,47% de los encuestados sugieren que la planta física del hotel les permita disfrutar de zonas verdes en las que se pueda disfrutar del aire puro y la naturaleza, zonas recreativas para tener momentos de integración familiar y grupal, zonas deportivas para distraerse e integrarse en comunidad, las cuales

están planeadas como servicios adicionales de los cuales los usuarios del Hotel Country Resort pudran disfrutar.

2.4.3 Estimación de la demanda

Con base en la información que se ha recolectado, en la aplicación de la encuesta, se pretende realizar una estimación de la demanda, mediante la técnica exploratoria, para el primer año de servicio del Hotel Campestre Country Resort en el municipio de Sabana de Torres.

Considerando que el comportamiento observado en la muestra estudiada se puede proyectar para el total de la población mediante los porcentajes obtenidos, se realiza el siguiente análisis.

Tomando la información suministrada al contestar la pregunta número 13 (Donde se le indaga a las personas si estarían dispuestas a utilizar el nuevo servicio de hotelería campestre), donde el 73,07% responde que definitivamente si (ver cuadro 20), y el 26,93% responden que probablemente si (sobre lo cual se cree pertinente contar solo con la mitad (13,46%) como estimativo de que se hospeden), se tendría entonces un 86,53% (como resultado de 73,07%+13,46%) de la población con expectativa de hospedarse en el nuevo Hotel Campestre Country Resort.

Ahora según lo expresado en el ítem 2.3.2 Mercado objetivo, la población objetivo para este estudio es de 14.770; por lo tanto el 86,53% del total de las personas estarían interesadas en utilizar los servicios que ofrecerá el nuevo Hotel Campestre durante el primer año de funcionamiento.

$14.770 * 86,53\% = 12.780$ veces al año/ número de personas y acompañantes interesada en los servicios del hotel.

Este valor sería la estimación de la demanda de turistas interesados en hospedarse en el nuevo hotel según la información recolectada en las encuestas a los futuros usuarios, las entidades municipales y empresas que prestan sus servicios en la región.

2.4.4 Proyección de la demanda.

Para este análisis se tomará como base la información suministrada por los propietarios de los diferentes hoteles y residencias en el municipio de Sabana de Torres la cual se condensa a través de una labor de entrevistas personalizadas con cada uno de ellos y ésta información se resumió para hallar la evolución

histórica de la afluencia de turistas en los últimos cinco años, puesto que no existe una base de datos que permita conocer con exactitud esta información necesaria para el desarrollo de esta proyección. En lo referente a la población estimada por cada año, la proyección se realiza aplicando el método de los mínimos cuadrados.

Este método pretende relacionar linealmente el comportamiento que tiene dos variables entre sí, denominadas **X** (Valor constante del método) y **Y** (Estimación de turistas en Sabana de Torres), las cuales una depende de la otra; es decir X (independiente) hace que Y (dependiente) depende de ella y están relacionadas dentro de una recta de tipo **Y= m X + b** en donde m y b son dos valores constantes (parámetros a ser determinados) que hacen que los puntos de la recta y /o cerca de ella se desplacen hacia la derecha o izquierda.

En el siguiente cuadro 22 se observan los cálculos necesarios para aplicar la técnica del método de mínimos cuadrados.

Cuadro 22. Proyección para la población.

Año	X	Y	X ₂	XY	Y ₂
2.008	1	5.950	1	5.950	35.402.500
2.009	3	6.500	9	19.500	42.250.000
2.010	5	8.400	25	42.000	70.560.000
2.011	7	8.600	49	60.200	73.960.000
2.012	9	9.200	81	82.800	84.640.000
SUMAS	25	38.650	165	210.450	306.812.500

Usando la información anterior se procede al cálculo de m y b así:

$$m = \frac{\Sigma XY - \frac{(\Sigma X * \Sigma Y)}{n}}{\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}}$$

$$m = \frac{210.450 - \frac{(25 * 38.650)}{5}}{165 - \frac{(25)^2}{5}}$$

$$m = 385$$

Para b:

$$b = \frac{\Sigma X - m * \Sigma Y}{n}$$

$$b = \frac{25 - (385 * 38.650)}{5}$$

$$b = 5.715$$

Para convalidar la anterior información, se determina el coeficiente de correlación R:

$$R = m * \frac{S_x}{S_y}$$

$$R = 385 * \frac{2,8284}{1.173,63}$$

$$R = 0,927845$$

Este resultado indica que la correlación existente entre las variables es alta – buena- ya que es cercana a uno, por lo tanto la función que determina la proyección de la demanda está dada por:

$$m = 385$$

$$b = 5.715$$

Reemplazando los anteriores valores se tiene:

$$Y = mx + b$$

$$Y = 385 X + 5.715$$

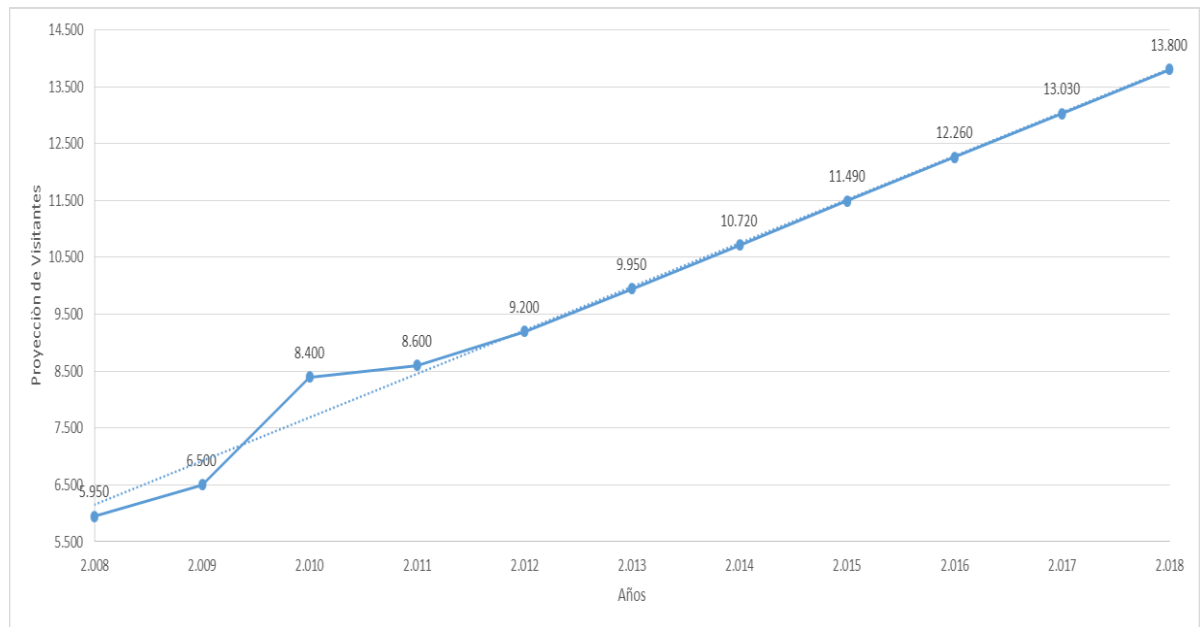
Aplicando esta ecuación se determina la proyección de la demanda para los próximos cinco años:

Cuadro 23. Proyección de la demanda de turistas para cinco años

Año	X	Y	Proyección
2.013	11	$Y = 385*(11) + 5.715$	9.950
2.014	13	$Y = 385*(13) + 5.715$	10.720
2.015	15	$Y = 385*(15) + 5.715$	11.490
2.016	17	$Y = 385*(17) + 5.715$	12.260
2.017	19	$Y = 385*(19) + 5.715$	13.030
2.018	21	$Y = 385*(21) + 5.715$	13.800

En la siguiente gráfica se observa que el número de hospedaje para los próximos cinco años en el municipio de Sabana de Torres continúa la tendencia histórica presentada hasta el momento, lo que indica que esta proyección se ajusta a lo ya acontecido.

Gráfico 19. Proyección del número de visitantes a cinco años



De acuerdo con lo obtenido la proyección de los servicios de alojamiento en el municipio de Sabana de Torres estaría dada de la siguiente forma:

Cuadro 24. Proyección de la Demanda de Servicio de Hospedaje a Cinco años

Año	Visitantes Proyectados	Expectativa de Usar el servicio 86,54%	Promedio de visitas año	Promedio personas Visitantes	Promedio días de estancia	Proyección del Servicio de Alojamiento
2.013	9.950	8.611	4,24	3,25	4,76	118.632
2.014	10.720	9.277	4,24	3,25	4,76	127.812
2.015	11.490	9.943	4,24	3,25	4,76	136.993
2.016	12.260	10.610	4,24	3,25	4,76	146.173
2.017	13.030	11.276	4,24	3,25	4,76	155.354
2.018	13.800	11.943	4,24	3,25	4,76	164.534

El 86,54% de intención o expectativa de usar el servicio es resultado de tomar la información del Cuadro 20, donde se muestra que el 73,07% de los encuestados “definitivamente usarían los nuevos servicios del nuevo hotel” y el restante 26,93% “probablemente lo usaría” del cual se toma el 50% dando como resultado una gran aceptación e intención de alojamiento del 84,54% $[73,07\% + (26,93\% / 2)]$.

De igual forma, de acuerdo con la investigación de campo realizada a la demanda y la oferta, se puede concluir que estos 8.611 turistas, manteniendo los promedios de visitas (4,24), días de hospedaje (4,76) y el grupo visitante (3,25) generarían 118.632 unidades de servicio de hospedaje para el año 2.013.

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información

Para el proyecto está representada en las diferentes empresas prestadoras del servicio de hospedaje y servicios complementarios como piscinas, zona social, etc que pueden representar competencia en el sector; mediante los listados de empresas inscritas a la cámara de comercio del municipio de Barrancabermeja seccional Sabana de Torres y con registro de Industria y Comercial en la oficina de Planeación Municipal se identifican 10 hoteles y 8 Residencias, entre las cuales sobresalen: Hotel Don David, Hotel Sabana Plaza, Hotel Santa María Real, Hotel Casa blanca y La Posada de Torres entre otros, y como único centro recreacional los Manatíes que es propiedad el municipio, administrado por INDERCULSAT (Instituto de Deportes y Cultura de Sabana de Torres).

De acuerdo con lo anterior información, la información requerida para el presente estudio será:

- Cuantificar las empresas prestadoras de servicio de hospedaje y recreación en el municipio de Sabana de Torres.
- Caracterizar del tipo servicio prestado por cada hotel y si tienen algún valor diferenciador frente a los existentes.
- Conocer las tarifas definidas para cada habitación de acuerdo a su acomodación (sencilla, doble, múltiple).
- Validar si poseen el personal capacitado y certificado para la prestación del servicio de hospedaje.
- Se requiere confirmar si poseen registro en las diferentes entidades que regulan la prestación del servicio de hospedaje (Cotelco, Cámara de Comercial, Alcaldía Municipal).

2.5.2 Ficha Técnica

Cuadro 25. Ficha técnica

Tipo de investigación	Investigación Exploratoria: identificación de problemas y/o alternativas.
Método de investigación	Método Científico Deductivo: donde se espera señalar características de la oferta a través del análisis de los resultados de la fuente primaria (encuestas) y fuentes secundarias (Información existente) las cuales son indispensables para efectuar la toma de decisiones.
Fuentes de información	Primarias: la información se recopilará mediante una encuesta directa a los propietarios y administradores de los hoteles y las residencias existentes en el municipio de Sabana de Torres, tomando una muestra representativa de los hoteles reconocidos. Secundarias: para la obtención de datos se acudió a Internet a las páginas Web de Cámara de Comercio de Barrancabermeja, COTELCO, Municipio Sabana de Torres y empresas de hoteleras del municipio que poseen página web.
Técnicas de investigación	Entrevistas
Instrumento para recolectar la información	Cuestionario estructurado.
Modo de aplicación	Dirigida y directa.
Definición de población	La población está definida por los 10 hoteles y 8 residencias ubicadas en el municipio, según registro en Cámara de Comercio e Industria y Comercio.
Proceso de muestreo	Teniendo presente que se identifican 18 empresas a partir de la información suministrada por la Cámara de Comercio y la Alcaldía Municipal. Se determinó realizar censo a los hoteles existentes y así tener mayor precisión en los resultados.
Marco censal	Se realizaron visitas a las 18 empresas. Entre las cuales se mencionan las más destacadas: Hotel Don David Hotel Sabana Plaza Hotel Santamaría Real Hotel Portal Casa Blanca Hotel La Carreta Hotel El Edén Residencias Milena Residencias San José

	Residencias La Cordillera Residencias El Dorado Residencias El Milagro Otras (son empresas familiares las cuales se agrupan en un solo dato)
Alcance	Municipio de Sabana de Torres.
Tiempo de aplicación	Del 10 al 14 de octubre de 2012 (4 días)

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.

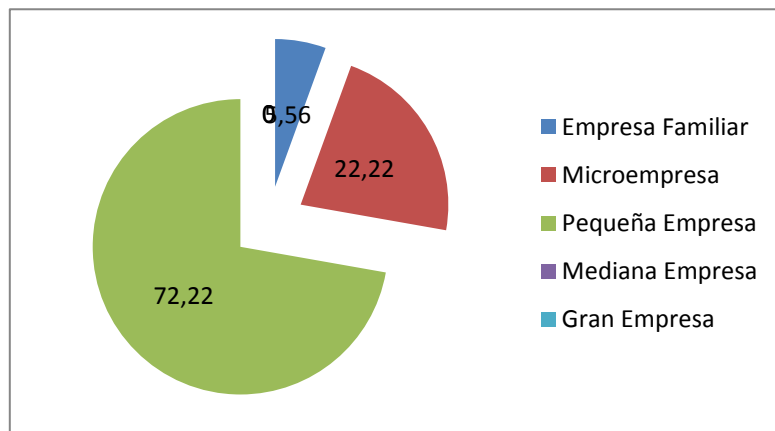
Basado en las respuestas obtenidas, se consolida e interpreta

- ¿Clasificación económica de la empresa?

Cuadro 26. Tamaño de la Empresa

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empresa Familiar	1	5.56%
Microempresa	4	22.22%
Pequeña Empresa	13	72.22%
Mediana Empresa	0	0
Gran Empresa	0	0
TOTAL	18	100.00%

Gráfica 20. Tamaño de la Empresa



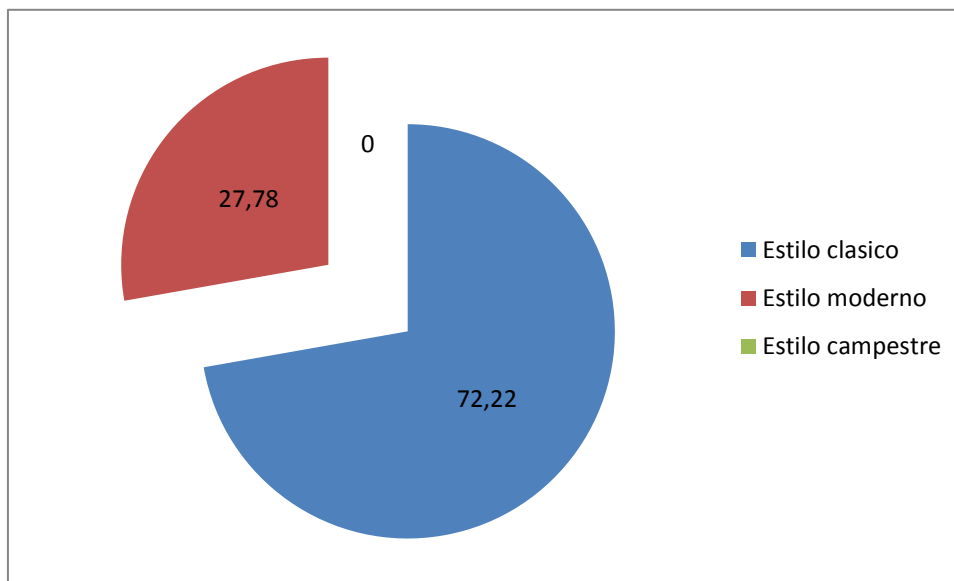
Los resultados obtenidos reflejan que las empresas dedicadas a la prestación de servicios de hospedaje son empresas de pequeña infraestructura para la cobertura de la demanda en la ciudad y las razón por la cual se seleccionan como pequeña empresa es por el total de activos, teniendo en cuenta que la mayoría son propietarias del predio y por su ubicación tiene alto valor comercial.

- ¿Qué tipo de estilo es el hotel en el cual se presta el servicio?

Cuadro 27. Estilo de Hotel

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estilo clásico	13	72.22%
Estilo moderno	5	27.78%
Estilo campestre	0	0%
TOTAL	18	100.00%

Gráfica 21. Estilo de Hotel



Se evidencia que los estilos de ambiente de los hoteles existentes en el municipio de Sabana de Torres son Clásicos y modernos, por la tanto HOTEL COUNTRY

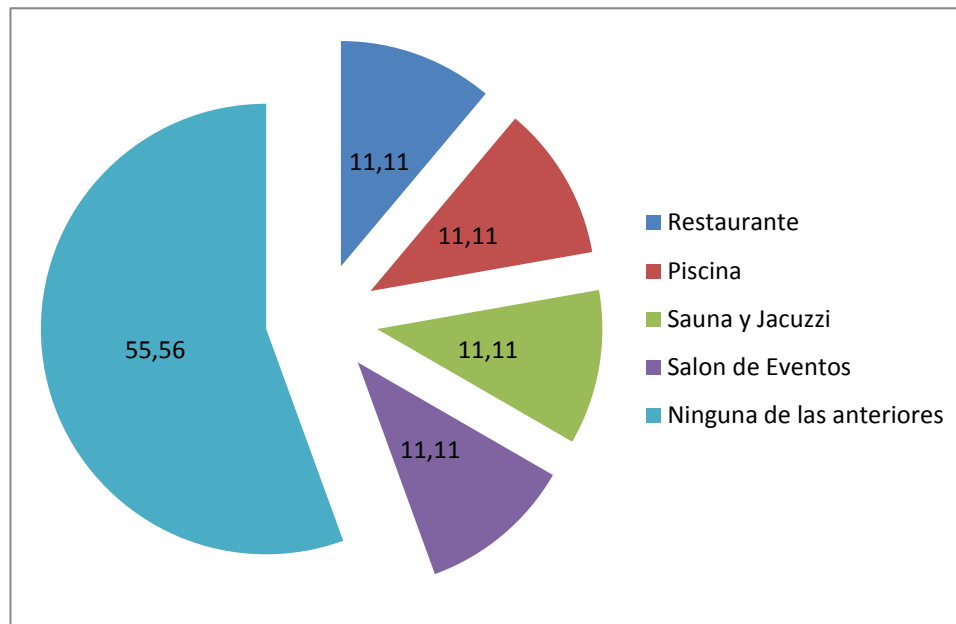
RESORT sería el primer hotel campestre en el municipio, dándole una gran ventaja frente a los demás por los servicios a prestar en esta zona cálida.

- ¿Qué servicios aparte del hospedaje ofrece en su hotel?

Cuadro 28. Servicios adicionales ofrecidos en el hotel

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante (Desayuno americano)	2	11.11%
Piscina	2	11.11%
Sauna y Jacuzzi	2	11.11%
Salón de Eventos	2	11.11%
Ninguno de los anteriores	10	55.56%
TOTAL	18	100.00%

Gráfica 22. Servicios adicionales ofrecidos en el hotel



Los datos demuestran que en los hoteles y residencias existentes en el municipio; 2 ofrecen el desayuno tipo americano de cortesía a sus huéspedes, y uno de estos tiene servicio de restaurante por encargo, en 2 existe servicio de piscina, salón de eventos y jacuzzi. En ninguno encuentran todos los servicios

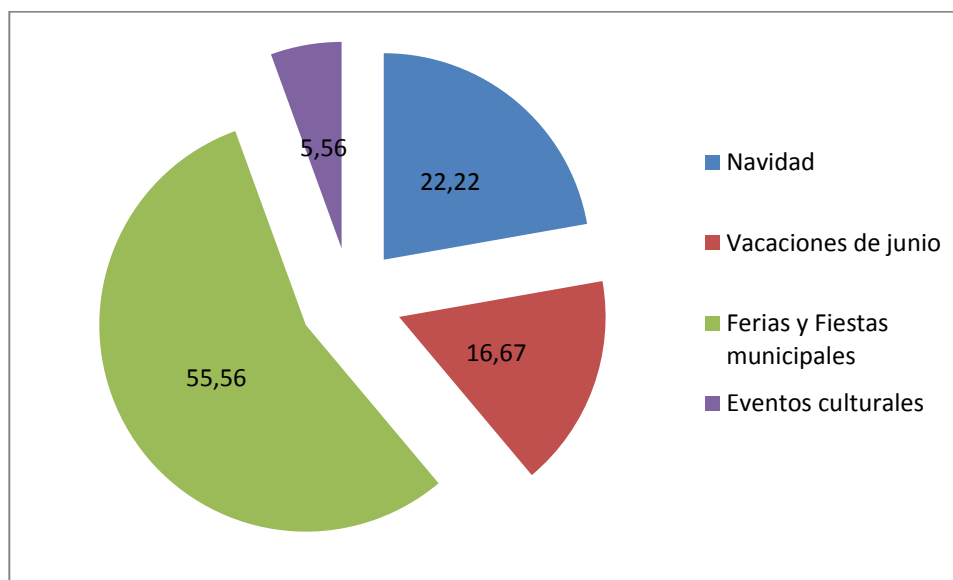
adicionales que ofrecerá el HOTEL COUNTRY RESORT, lo que significa que será un hotel completo donde se puede encontrar descanso y diversión.

- ¿Cuál es la temporada de mayor demanda del servicio de hospedaje para su empresa?

Cuadro 29. Temporada alta en el servicio de hospedaje.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Navidad	4	22,22%
Vacaciones de junio	3	16,67%
Ferias y Fiestas municipales	10	55,56%
Eventos culturales	1	5,56%
TOTAL	18	100.00%

Gráfica 23. Temporada alta en el servicio de hospedaje.



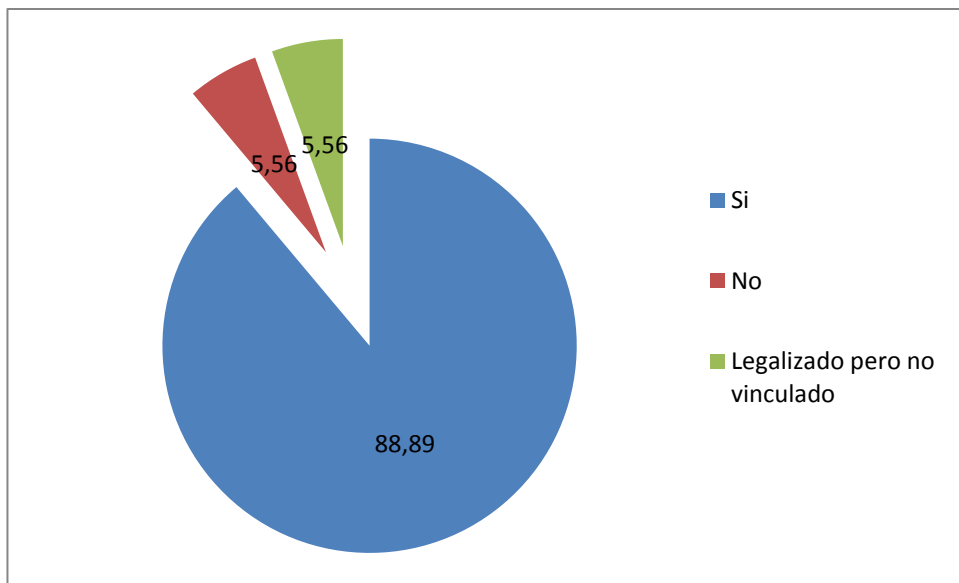
Es evidente que la temporada en la cual los hoteles y residencias el municipio registran mayor demanda es la fecha en que se realizan las Ferias y Fiestas del municipio de Sabana de Torres, por el mes de Agosto de cada año, ocasión por la cual llegan visitantes de distintas partes del país a gozar de este evento, a quienes se les puede ofrecer una alternativa de descanso a un estilo campestre donde pueden tener servicios adicionales muy completos para que tengan una agradable estadía durante esta temporada.

- ¿Se encuentra su negocio constituido legalmente y registrado en COTELCO?

Cuadro 30. Legalidad de los Hoteles existente.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	16	88,89
No	1	5,56
Legalizado y registrado	1	5,56
TOTAL	18	100.00%

Gráfica 24. Legalidad de los Hoteles existentes.



Se puede concluir que el 94,45% de los hoteles y residencias existentes en el municipio de Sabana de Torres se encuentran constituidos legalmente ante Cámara de Comercio, Industria y Comercio y ya uno ha sido catalogado por Cotelco como el mejor Hotel del municipio, siendo este el único registrado en esta entidad. El Hotel Country Resort contará con el prestigio de pertenecer a la Asociación Hotelera y Turística de Colombia lo que le dará una ventaja para darse a conocer a nivel nacional e internacionalmente y capturar nuevos clientes para el turismo de Santander.

2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia

Identificación de la Empresas

Razón social: **HOTEL DON DAVID**

Dirección: Cl 12 N° 12-53

Teléfonos: 629 3504, 315 690 3694, 301 742 1076

Email: reservas@hoteldondavid.com

Don David Hotel nace debido a la necesidad del servicio de hotelería de Colombia para impulsar el desarrollo turístico del municipio de Sabana de Torres, Santander. Fue constituido como el primer hotel de Sabana de Torres el 8 de agosto de 2008, según resolución 17408 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.⁶⁴

Don David ha sido identificado por su arquitectura moderna y minimalista y su excelente servicio; lo cual le ha valido el reconocimiento de las entidades gubernamentales y del sector turístico COTELCO capítulo Santander, como el mejor hotel de Sabana de Torres. Don David se destaca de todos los Hoteles en Sabana de Torres, por su calidad y confort.⁶⁵

Cuenta con 20 habitaciones de acomodación sencilla, doble, familiar, suite sencilla y suite doble; con una capacidad de alojamiento para 46 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor LCD, closet y aire acondicionado, adicionalmente cuenta con zona de parqueadero, sauna, jacuzzi, wifi, y desayuno americano de cortesía.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 345 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en el Hotel Don David son las siguientes:

Cuadro 31. Tarifas actuales Hotel Don David

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación sencilla	\$ 70.000	
Acomodación Doble	\$100.000	\$30.000
Acomodación Familiar	\$120.000	\$30.000
Suite sencilla	\$110.000	
Suite Doble	\$140.000	

Fuente: Administración Hotel Don David

⁶⁴ Hotel Don David, Sabana de Torres, disponible desde internet en: <<http://www.hoteldondavid.com/>> .
[con acceso el 08-11- 2012]

⁶⁵ *Ibíd.*,p.101

Razón social: **HOTEL SABANA PLAZA**

Dirección: Cl 14 N° 8-58

Teléfonos: 6294705, 3214136076

El Hotel Sabana Plaza fue creado en año 2009, se encuentra ubicado en zona céntrica del municipio, se caracteriza por su estilo moderno y diseño arquitectónico.

“El equipo humano del Hotel Sabana Plaza con nuestra presencia en cabeza, es la que hace la diferencia entre un buen hotel y uno singular. Nuestros esfuerzos van dirigidos a hacer del equipo del Hotel Sabana Plaza el mejor en su categoría, para beneficio de los clientes. Valoramos la atención y es por eso que entre nuestro personal contamos con colaboradores de esta región que contribuirán a dar un toque personalizado y del mejor servicio para usted.”⁶⁶

Cuenta con 18 habitaciones de acomodación sencilla, doble y familiar; con una capacidad de alojamiento para 33 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor LCD, closet y aire acondicionado, adicionalmente cuenta con zona de parqueadero, piscina, wifi, y salón de eventos sociales con capacidad para 80 personas.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 495 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en el Hotel Sabana Plaza son las siguientes:

Cuadro 32. Tarifas actuales Hotel Sabana Plaza

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación sencilla	\$ 65.000	
Acomodación Doble	\$ 76.000	\$38.000
Acomodación Familiar	\$140.000	\$38.000

Fuente: Administración Hotel Sabana Plaza

⁶⁶ Hotel Sabana Plaza, disponible desde internet en: <<http://sites.amarillasinternet.com/hotelsabanaplaza/filosofia/>> [con acceso el 08-11- 2012]

Razón social: **HOTEL SANTA MARIA REAL**

Dirección: Cl 10 N° 10-10

Teléfonos: 6294673, 3182915970, 3142606783

Email: hotelsantamariareal@hotmail.com

Fue creado en el año 2005, está ubicado en parte oriental del municipio, cerca al Palacio Municipal; parte de un edificio con estructura sólida, cuenta con instalaciones nuevas de la más alta calidad para asegurar el mejor descanso; se encuentra en proceso de construcción de segunda fase con aproximadamente 6 habitaciones de acomodación familiar, piscina para niños y adultos.

Cuenta con 33 habitaciones de acomodación twin, doble y doble de lujo; con una capacidad de alojamiento para 66 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor LCD, closet y aire acondicionado adicionalmente cuenta con zona de parqueadero, jacuzzi, wifi y servicio de lavandería.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 490 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en el Hotel Santa maría Real son las siguientes

Cuadro 33. Tarifas actuales Hotel Santa María Real

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación Twin	\$ 75.000	
Acomodación Doble	\$ 55.000	\$20.000
Acomodación Doble de lujo	\$ 85.000	

Fuente: Administración Hotel Santa María Real

Razón social: **HOTEL PORTAL CASA BLANCA**

Dirección: Cr 11 N° 18-09

Teléfonos: 6293496, 3185981550

Email: hotelportalcasablanca@hotmail.com

Fue creado en el año 2000, se encuentra ubicado en la parte sur de la cabecera del municipio, cerca al único colegio comercial y a empresas de servicios públicos. En su trayectoria ha reformado sus instalaciones y actualmente se encuentra en un proceso de adecuación.

Cuenta con 10 habitaciones de acomodación sencilla y doble; con una capacidad de alojamiento para 30 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, closet y aire acondicionado y ventilador, adicionalmente cuenta con zona de parqueadero.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 90 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en el Hotel Portal Casa Blanca son las siguientes:

Cuadro 34. Tarifas actuales Hotel Portal Casa Blanca

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación sencilla	\$ 35.000	
Acomodación Doble	\$ 40.000	\$10.000

Fuente: Administración Hotel Portal Casa Blanca

Razón social: **HOTEL LA CARRETA**

Dirección: Cr 9 N° 14-49

Teléfonos: 6294435, 3175102615

Fue creado en el año 1998, se encuentra ubicado en la parte oriente de la cabecera del municipio, frente al parque infantil, la iglesia Católica y cerca de la Estación de Policía. En su trayectoria ha reformado su fachada y ha tenido varias administraciones.

Cuenta con 22 habitaciones de acomodación sencilla, doble y familiar; con una capacidad de alojamiento para 53 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, closet y aire acondicionado y ventilador, adicionalmente cuenta con zona de parqueadero.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 180 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en el Hotel la Carreta son las siguientes:

Cuadro 35. Tarifas actuales Hotel La Carreta

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación Sencilla	\$ 46.000	
Acomodación Doble	\$ 58.000	\$15.000
Acomodación Doble de lujo	\$ 90.000	

Fuente: Administración Hotel La Carreta

Razón social: **RESIDENCIAS LA MILENA**

Dirección: Cr 11 N° 13-35

Fue creado en el año 1985, se encuentra ubicado en la parte céntrica del municipio, cerca del Banco Bogotá. En su trayectoria ha tenido varias administraciones y no ha sido sujeto de reforma físicas.

Cuenta con 30 habitaciones de acomodación sencilla y doble; con una capacidad de alojamiento para 44 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, closet, algunas con aire acondicionado y otras con ventilador, adicionalmente cuenta con zona de parqueadero.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 477 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en la Residencia La Milena son las siguientes:

Cuadro 36. Tarifas actuales Residencia La Milena

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación Sencilla Ventilador	\$ 20.000	
Acomodación Doble ventilador	\$ 25.000	\$ 15.000
Acomodación Doble Aire acondicionado	\$ 35.000	\$ 20.000

Fuente: Administración Residencia La Milena

Razón social: **RESIDENCIAS SAN JOSÉ**

Dirección: Cr 11 N° 13-13

Teléfonos: 6293556, 3152105093

Fue creado en el año 1990, se encuentra ubicado en la parte céntrica del municipio, cerca del Banco Bogotá. En su trayectoria se mantiene su estilo familiar.

Cuenta con 12 habitaciones de acomodación sencilla y doble; con una capacidad de alojamiento para 20 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, ventilador. No cuenta con ningún servicio adicional, generalmente arrienda las habitaciones por el mes completo.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 60 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en la Residencia San José son las siguientes:

Cuadro 37. Tarifas actuales Residencia San José

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación Sencilla Ventilador	\$ 18.000	
Acomodación Doble ventilador	\$ 25.000	\$10.000

Fuente: Administración Residencia San José

Razón social: **RESIDENCIAS LA COORDILLERA**

Dirección: CL 13 N° 10-23

Teléfonos: 6294529

Email: imrcordillera@hotmail.com

Fue creado en el año 1983, se encuentra ubicado en la parte céntrica del municipio, frente al Banco Agrario. En el último año cambio de propietario y ha sido renovada sus instalaciones con un estilo moderno y una fachada colonial.

Cuenta con 14 habitaciones de acomodación sencilla, doble y familiar o empresarial; con una capacidad de alojamiento para 56 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, closet, algunas con aire acondicionado y otras con ventilador, adicionalmente cuenta con zona servicio de restaurante por encargo y lavandería.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 336 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en la Residencia La Cordillera son las siguientes:

Cuadro 38. Tarifas actuales Residencias La Cordillera

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación Sencilla Aire acondiciona	\$ 35.000	
Acomodación Doble ventilador	\$ 25.000	\$10.000
Acomodación Doble Aire acondicionado	\$ 35.000	\$10.000
Acomodación familiar o empresarial	\$70.000	\$10.000

Fuente: Administración Residencias La Cordillera

Razón social: **HOTEL EL EDÉN**

Dirección: CL 12 N° 10-62

Teléfonos: 6294716, 3178666091

Fue creado en el año 2011, se encuentra ubicado en la parte oriente del municipio, cerca al parque principal, junto a la Notaria Única. En una empresa familiar y donde su infraestructura, muebles y electrodomésticos son nuevos.

Cuenta con 13 habitaciones de acomodación sencilla y doble; con una capacidad de alojamiento para 26 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor LCD, closet y aire acondicionado.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 320 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en el Hotel El Edén son las siguientes:

Cuadro 39. Tarifas actuales Hotel El Edén

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación sencilla	\$ 35.000	
Acomodación Doble	\$ 40.000	\$10.000

Fuente: Administración Hotel El Edén

Razón social: **RESIDENCIAS EL DORADO**

Dirección: CL 10 N° 9-57

Fue creado en el año 1985, se encuentra ubicado en la parte oriente del municipio, a dos cuadras del Palacio Municipal. En su trayectoria mantiene su estilo familiar y antiguo.

Cuenta con 12 habitaciones de acomodación sencilla y doble; con una capacidad de alojamiento para 20 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, aire acondicionado o ventilador.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 60 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en Residencias El Dorado son las siguientes:

Cuadro 40. Tarifas actuales Residencias El Dorado

Tipo de Habitación	Tarifa	Con Aire Acondicionado
Acomodación sencilla	\$ 20.000	
Acomodación Doble	\$ 30.000	\$40.000

Fuente: Administración Residencia El Dorado

Razón social: **RESIDENCIAS EL MILAGRO**

Dirección: CL 11 N° 10 - 03

Fue creado en el año 1992, se encuentra ubicado en la parte céntrica del municipio, a una cuadra del Palacio Municipal. En su trayectoria mantiene un estilo antiguo pocas son las reformas que le han realizado.

Cuenta con 13 habitaciones de acomodación sencilla y doble; con una capacidad de alojamiento para 31 personas por día. Cada habitación posee baño privado, Televisor, closet, algunas con aire acondicionado y otras con ventilador, adicionalmente cuenta con zona parqueadero cubierto.

Se estima que presta sus servicios de hospedaje a un total de 400 personas al mes durante temporada baja.

Las tarifas según el tipo de número de personas y el tipo de habitación que se cobran en la Residencia El Milagro son las siguientes:

Cuadro 41. Tarifas actuales Residencias El Milagro

Tipo de Habitación	Tarifa	Persona adicional
Acomodación Sencilla ventilador	\$ 20.000	
Acomodación Doble ventilador	\$ 25.000	\$10.000
Acomodación Doble Aire acondicionado	\$ 35.000	\$10.000

Fuente: Administración Residencias El Milagro

En el municipio de Sabana de Torres, existen 18 empresas prestadoras de servicio de hospedaje entre hoteles y residencias, todas ubicadas en el casco urbano del municipio, pero muy pocas con servicios adicionales a el alojamiento, unas se mantienen en el estilo clásico y antiguo, otras nuevas empresas con un diseño arquitectónico moderno, plantas físicas de dos pisos y agradables espacios. Cabe mencionar que no existe ninguna empresa dedicada a la recreación y menos una que unifique estos dos servicios en un mismo lugar, que adicional a estos servicios se encuentre en un ambiente campestre, rodeado de la naturaleza, del aire puro de la región y del bello paisaje de la Sabana de este territorio.

Dichas empresas ofrecen servicios de habitaciones con acomodación sencilla, doble y algunas múltiples, con baño privado, tv de señal de televisión nacional, baño privado, servicio de internet y desayuno. En promedio por hotel maneja una capacidad instalada de 18 habitaciones para un total de 39 personas según la información directa recolectada de la fuente condensada en el siguiente cuadro.

En la situación de la competencia se mencionan once (11) empresas entre Hoteles y Residencia las cuales son las más representativas en el municipio de Sabana de Torres; la oferta la actual con 18 entidades prestadoras del servicio de hospedaje las 7 restantes se agrupan como un solo dato ya que son las de menos importancia para los usuarios por ser las más pequeñas que generalmente se encuentran ubicadas en grandes casas acondicionadas como residencias.

Cuadro 42. Oferta actual de los Hoteles y Residencias más representativos del municipio

HOTELES Y RESIDENCIAS	TOTAL HABITACIONES	CAPACIDAD HOSPEDAJE/ DIA	CAPACIDAD HOSPEDAJE/ MES
Hotel Don David	20	46	920
Hotel Sabana Plaza	18	33	660
Hotel Santa María Real	33	66	1.320
Hotel Portal Casa Blanca	10	30	600
Hotel La Carreta	22	53	1.060
Hotel el Edén	13	26	520
Residencias San José	12	20	400
Residencia Cordillera	14	56	1.120
Residencia El Dorado	12	20	400
Residencias El Milagro	13	31	620
Residencias Milena	30	44	880
TOTAL	197	425	8.500
MEDIA	18	39	773

Con base en los resultados generales, pueden interpretarse que a nivel local se encuentran empresas que no representan competencia para el proyecto, por las características de cada una en cuanto a su estilo y servicios ofrecidos, por lo que se deduce que la factibilidad para la puesta en marcha de esta iniciativa de creación de empresa en el sector de servicios de hospedaje en el municipio de Sabana de Torres es viable y permite obtener una retribución satisfactoria a la inversión necesaria. Adicional a estos factores este proyecto sería de alto impacto para el desarrollo económico, social y cultural de la región para atraer e impulsar el turismo en esta parte del territorio nacional.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Se considera como demanda insatisfecha cuando los servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Por lo cual se debe lograr el desarrollo de nuevos servicios o mejorar los ya existentes en cantidad o capacidad para colmar la brecha.

Para el presente plan de negocios y de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercados con respecto a la investigación de campo en la pregunta 8 de

la encuesta donde se le pide a las personas que califiquen el servicio que han recibido en los actuales hoteles y residencias en el municipio de Sabana de Torres, se concluye que para el 21,62% de las personas que han recibido el servicio de hospedaje ha sido excelente; por lo tanto para el restante 78,38% de las personas, el servicio recibido no ha sido totalmente satisfactorio.

Esa insatisfacción se puede identificar en factores leves para aquellos que han calificado el servicio como bueno (37,84%) o en factores importantes para quienes han calificado el servicio como regular (27,03%). Dentro de los factores considerados de insatisfacción se contemplan los siguientes: el precio, la cercanía al casco urbano, la disponibilidad, calidad y atención al cliente.

De acuerdo con los diferentes factores de inconformismo, con lo presentado -sobre la intención de usar los servicios del nuevo hotel- y teniendo en cuenta la demanda estimada para el año 2013 de 9.950 turistas, la demanda insatisfecha se determina así:

$$9.950 \text{ personas} * 86,54\% (\text{intención de usuarios}) = 8.611 \text{ turistas}$$

Estos 8.611 turistas, manteniendo los promedios ya mencionados -de visitas (4,24), días de hospedaje (4,76) y el grupo visitante (3,25)- generarían 118.632 unidades de servicio de hospedaje para el año 2013, concluyendo que además de no existir la oferta necesaria existe mucha insatisfacción en el servicio prestado actualmente.

Por lo tanto, la demanda insatisfecha para el año 2013 sería de 16.632 servicios de alojamiento. Ver cuadro 43.

Cuadro 43. Relación entre demanda y oferta para los hoteles y residencias

	Oferta		Demanda		Relación	
Hotel/ Residencia	Servicios (mes)	Servicios (año)	Servicios (mes)	Servicios (año)	Servicios (mes)	Servicios (año)
Don David	920	11.040				
Sabana Plaza	660	7.920				
Santa María	1.320	15.840				
Casa blanca	600	7.200				
La carreta	1.060	12.720				
Milena	880	10.560				
San José	400	1.800				
La cordillera	1.120	13.440				
El Edén	520	6.240				
El Dorado	400	4.800				
El Milagro	620	7.440				
Total	8.500	102.000	9.877	118.632	-1.377	-16.632

Se observa que la relación oferta demanda es negativa porque hay mayor demanda comparada con la oferta de servicios y además muchos de los usuarios actuales no están totalmente satisfechos con el servicio recibido por los Hoteles y Residencias del municipio de Sabana de Torres lo que permite que el nuevo Hotel tenga oportunidad de ofertar un servicio único y de calidad en la región.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales

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

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

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

Ventajas

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

Desventajas

- El costo que se debe pagar en las Cajas de Compensación familiar para poder ofrecer el servicio de hospedaje y de esparcimiento a través de sus revistas bimensuales es alto.
- La cantidad de documentos y de tiempo que se requieren para poder afiliarse a la Asociación Hotelera y turística de Colombia.
- Las Agencias de viaje trabajan con un determinado sector turístico entre los que sobre salen la costa colombiana y el eje cafetero.

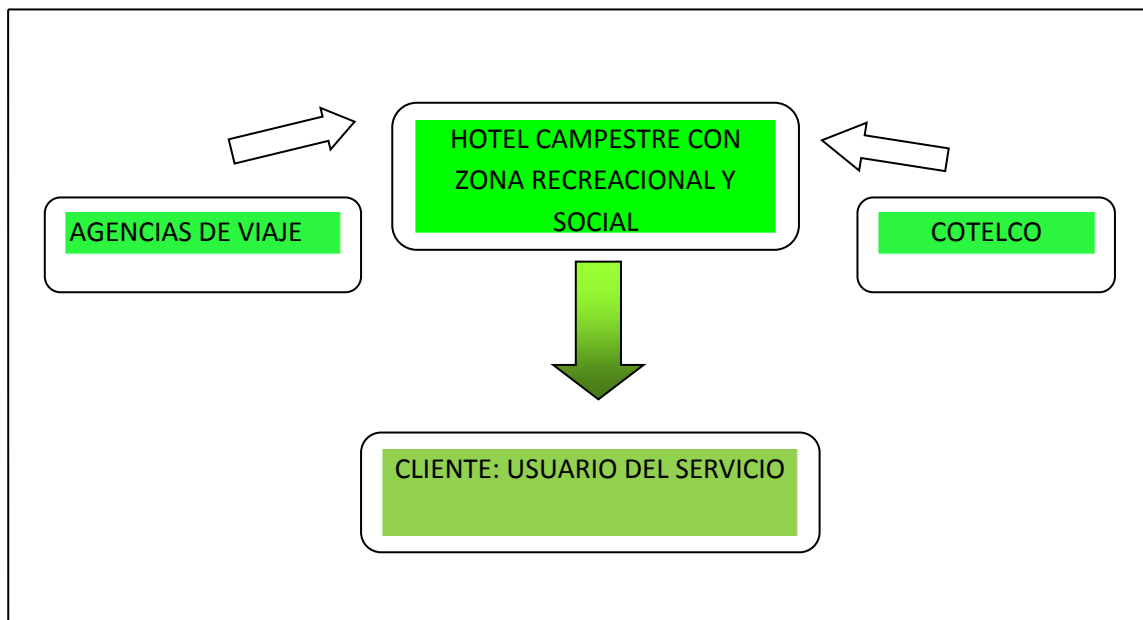
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.

Una vez analizados los canales de comercialización que existen en la actualidad, el canal más apropiado para ofrecer este servicio al mercado objetivo es el canal de marketing directo o canal 1, también llamado nivel cero (0), porque se da mayor importancia a la relación sin intermediarios con el cliente y usuario final del servicio.

De igual manera se le da importancia a la labor realizada por las agencias de viajes quienes son las encargadas de ayudar al turista en la elección del sitio más adecuado de acuerdo a sus necesidades específicas, de esta manera la agencia referencia al hotel el cual se utilizado para satisfacer las necesidades de hospedaje.

Otro canal de comercialización influyente en el desarrollo del presente proyecto es COTELCO Asociación Hotelera y Turística de Colombia, entidad que agremia y representa a los empresarios de la industria hotelera y sus esfuerzos para contribuir a la competitividad y el desarrollo sostenible del sector turístico; actuando como gestor de ideas en desarrollo y obteniendo el beneficio de hacer parte del directorio de hoteles afiliados, ejecutar reservas a través de su página web, así como la garantía de encontrar personal altamente calificado para las vacantes del establecimiento y el acceso a las amplias subastas en línea para hoteles así como la constante actualización del sector.

Figura 17. Canales de Comercialización.



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia

La empresa con respecto a la competencia en el municipio de Sabana de Torres, no debe compararse ya que en el lugar no existe una empresa que preste el servicio de hospedaje con servicios adicionales que permita no solo el descanso sino también la recreación e integración. Por conocimiento en la investigación de la oferta se pudo establecer que el precio de una habitación sencilla tiene un costo

que oscila entre \$55.000 a \$65.000 y el costo de una habitación doble se encuentra entre \$78.000 a \$ 90.000 por noche y solo servicio de hospedaje.

Estas empresas poseen como medio de pago el efectivo y tres (3) de ellas recibe tarjeta débito o crédito para el pago del servicio, este pago se cancela por anticipado.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios

Existiendo diferentes estrategias para fijar el precio del servicio que prestará el Hotel (basadas en el costo, basadas en el valor, basadas en la competencia, para servicios nuevos, de mezcla de servicios), se define la primera como la que podrá satisfacer las expectativas de los inversionistas.⁶⁷ En esta estrategia, basada en el costo, se fijarán los precios por utilidades meta, es decir fijar un precio con el fin de obtener el 60% de utilidad establecida como meta u objetivo. De igual manera se plantea paquetes o planes promocionales en base de los siguientes aspectos:

- Grupos familiares, empresariales y de estudiantes
- Temporadas vacacionales
- Fines de Semana con días festivos
- Noches especiales (Suit Matrimonial)

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos

- Dar a conocer el servicio del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social en el municipio de Sabana de Torres y sus alrededores.
- Posicionar el centro y su servicio en Sabana de Torres, mediante estrategias que generen alto impacto en la zona de influencia.
- Persuadir al mercado potencial a adquirir el servicio.
- Crear en los clientes expectativas que les motive a indagar sobre el servicio.
- Crear fidelidad de los clientes con el hotel y su servicio, por medio de ofertas atractivas.

⁶⁷ Marketing Mix: Estrategias de Fijación de Precios. By Karoline on September 8th, 2008; disponible en internet
En :< [http:URL:http://www.bloghispanodenegocios.com/marketing-mix-estrategias-de-fijacin-de-precios/](http://www.bloghispanodenegocios.com/marketing-mix-estrategias-de-fijacin-de-precios/)>
[Con acceso el 21-10- 2012]

- Realizar un lanzamiento estratégico que permita la recordación del nombre y servicios del nuevo Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social.
- Mostrarse en el mercado como una institución seria y confiable.
- Lograr posicionamiento en el mercado con el fin de generar preferencia en el mercado potencial.
- Mostrar los servicios que se vayan implementando para que sean percibidos como atributos diferenciadores por los clientes.
- Mantener publicidad a través de medios masivos que le permita posicionamiento en el mercado.
- Proyectarse como una entidad sólida, a través de campañas que permitan acceder a nuevos mercados.

2.9.2 Logotipo

Figura 18. Logotipo Hotel Campestre Country Resort



El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad, sugiere estabilidad y resistencia, representa crecimiento y esperanza. Por ser un hotel eco turístico se representa muy bien con este color adicionalmente entre sus beneficios permite encontrar relajación para la mente y el cuerpo.

El amarillo simboliza la luz del sol, representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. Estimula la actividad mental y genera energía muscular. Entre los servicios complementarios a ofrecer se pueden encontrar actividades que se relacionan con este color.

El blanco se asocia a la luz, la pureza y la virginidad de la naturaleza, donde se encuentra ubicado el hotel campestre, significa pureza, frescura y limpieza de cada una de las áreas de las instalaciones.

El marrón alude a los arboles teniendo en cuenta que el hotel estará rodeado de amplias zonas verdes y su muebles y enseres serán fabricado con madera rustica dándole el toque campestre.

En la figura del logotipo se refleja una cabaña en medio de palmas siendo esta símbolo del desarrollo agroindustrial de la región y zonas verdes por su ubicación y estilo; el circulo representa la integralidad de los servicios ofrecidos en el hotel al poder encontrar descanso y diversión en el mismo sitio.

El tipo de letra es la adecuada y armónica, lo cual complementa el logotipo y lo hace ver muy creativo, adicionalmente lo resalta y favorece en la recordación de la marca.

El nombre de la empresa es HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT lo que significa que es un establecimiento de categoría con un estilo particular, donde se puede disfrutar de la naturaleza y del confort de las instalaciones de un hotel campestre.

2.9.3 Slogan

La siguiente frase pretende posicionar en la mente de todos los clientes la mejor opción de hospedaje disfrutando de un espacio tranquilo y confortable alrededor de la naturaleza y a su vez la posibilidad de diversión en las diferentes alternativas de su sede recreacional y social.

Figura 19. Slogan del Hotel Campestre Country Resort

“Paraíso de descanso y diversión”

2.9.4 Análisis de medios

Cuando se quiere posicionar una empresa o un servicio en un mercado nuevo, se puede acudir a los diferentes medios de comunicación existentes: radio, volantes, afiches, televisión, periódico, pasacalles, vallas; a continuación se analizarán los que se ajustan más al proyecto:

- **Radio:** Es un medio que llega a grupos específicos de audiencia, su costo depende de la emisora y de la sintonía del programa.
- **Volantes:** Son económicos en su impresión y su distribución, pero son de corta duración.
- **Afiches:** Como medio impreso, puede ser de bajo costo, y permitir impresionar mediante buenas imágenes; se pueden exhibir con facilidad en sitios públicos pero están propensos a los vándalos.
- **Televisión:** un medio altamente popular para establecer las siguientes ventajas: auditorios masivos, bajo costo, gran número de posibles consumidores, facilidad de lograr la atención de los consumidores debido a la ausencia de competencia de otros medios, permitiendo el uso del ocio, vista y demostración, buen cubrimiento, alta sintonía. Es el medio más importante pero con alto costo de contratación de tiempo en ellos, altos costos de producción emitidos y altos costos en evaluar los resultados.
- **Periódico:** Es considerado como un medio básico masivo de comunicación. Los anuncios se pueden preparar con rapidez y costo razonable, y puede llegar a un público objetivo a diario. Habría que analizar de ellos el cubrimiento nacional, regional y local que tenga para ser seleccionados con base a la situación geográfica que quiera lograr el empresario. Hay que definir claramente el presupuesto para ello pues el anuncio es costoso dependiendo del día de circulación, del tamaño del anuncio y del número de colores utilizados. Es una buena opción para la campaña de lanzamiento del servicio.

- **Pasacalles:** Tienen una vida útil limitada por el permiso de las autoridades competentes; su costo lo hace recomendables sólo para etapa de lanzamiento del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social.
- **Vallas:** Es muy efectivo pero también muy costoso; el impacto visual que se puede lograr es alto; algunos lo recomiendan para la etapa de lanzamiento del servicio. Deben ser ubicadas en lugares estratégicos de Sabana de Torres, pero de ello depende también su costo.
- **Internet:** En la publicidad es un medio de comunicación masivo a nivel mundial, el uso de una página WEB es fundamental para los alcances que se quieran con el negocio, es relativamente costoso pero muy funcional ya que permite una interacción y comunicación directa con el cliente sin necesidad de estar físicamente presentes.
- **Portafolio de productos:** Es un medio impreso muy favorable para empresas de servicios y múltiples productos, su costo es relativo dependiendo de la calidad de impresión y tamaño deseado.

2.9.5 Selección de medios

Para seleccionar un medio adecuado para el Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social es necesario tener en cuenta las siguientes características:

- **Hábitos de audiencia meta:** Es necesario buscar un medio que lleve el mensaje en forma masiva a la población con poder de compra.
- **Servicio:** Cada tipo de medio publicitario tiene su propio impacto para llegar al cliente, ya sea en forma visual o auditiva.
- **Mensaje:** Debe ser claro, explícito y con un lenguaje apto para llegar a cualquier persona, sin tecnicismos y de fácil recordación.
- **Costo:** Se debe seleccionar un medio masivo y que se adapte al presupuesto o recurso financiero.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores, el Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social utilizará como medio para darse a conocer y mostrar los servicios que ofrece:

- **Volantes.** Se repartirán 5.000 volantes con las siguientes características: tamaño 10 x 15 cm. a color, papel bond 60 gramos. Su contenido incluirá logotipo, eslogan, dirección y teléfonos de contacto, servicio que brinda.
- **Afiches.** Este medio permitirá posicionar el servicio del Hotel campestre con zona recreacional y social. Se elaborarán 1.000 ejemplares en papel bond 90 gramos, tamaño ¼ de pliego, a todo color. Su contenido incluirá logotipo, eslogan, dirección y teléfonos de contacto, servicio que brinda, horarios de atención.
- **Periódico.** El anuncio será de 4 cm. x 2 columnas en la sección Anuncios Destacados, a una sola tinta. Su contenido incluirá logotipo, dirección y teléfonos de contacto, servicio que brinda. Será publicado dos domingos anteriores a la inauguración del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social en el periódico Vanguardia Liberal, Q´HUBO y el Sabanero.
- **Pautas radiales.** Se realizarán transmisiones de cuatro (4) pautas diarias de lunes a viernes días hábiles de 20” de duración durante el primer mes de apertura del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social en la única emisora de sintonía en el municipio de Sabana de Torres “Sabana Stereo” en diferentes programas radial y en la emisora regional RUMBA Stereo.
- **Página web.** Esta página está compuesta por diferentes módulos, como es la información organizacional, catálogo de servicios, información turística del municipio, mapa de navegación, formato de reservas y contacto.
- **Televisión:** Medio audiovisual que permite llegar a toda clase de audiencia, la publicidad se transmitirá en horario familiar el cual permitirá que niños, jóvenes y adultos conozcan el nuevo Hotel Campestre Country Resort. A través del canal TRO en horario familiar y el canal local OTV para el lanzamiento.

2.9.6 Estrategias Publicitarias

Las estrategias publicitarias a emplear para dar a conocer la empresa el HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT, se considera en dos clases: Publicidad de expectativa o lanzamiento y publicidad de mantenimiento.

- Publicidad de expectativa o lanzamiento: Se utilizará para captar la atención del público y se hará en días previos al lanzamiento de la empresa en el mercado. Se emplearán los siguientes medios:
- Coctel de inauguración. Invitación especial a clientes potenciales del sector con el fin de que conozcan las instalaciones y servicios ofrecidos, para lo cual se implementará un descuento especial por inauguración. Así mismo, el día de la inauguración entre los presentes se efectuará un sorteo con el fin de que el ganador obtenga un fin de semana gratis con acompañante en la fecha que elija, estadía que incluirá los servicios ofrecidos por el hotel. Se invitará de manera especial a la televisión regional TRO y local OTV, el periódico Vanguardia Liberal, El Sabanero; el costo total de este evento es de \$18.000.000
- Volantes: se repartirán volantes con el logo del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social, durante la semana anterior al lanzamiento del servicio.
- Afiches: se repartirán los afiches por los sitios preseleccionados (locales comerciales, entradas y/o salidas de colegios, en las diferentes empresas contratistas al servicio de empresas petroleras y palmicultoras, zona comercial del municipio, estaciones de servicio del municipio y sus zonas aledañas, en los restaurantes ubicados sobre la vía panamericana).
- Anuncios de prensa: se realizará en periódico local como el Sabanero, en periódico regional como Vanguardia Liberal y Q'HUBO.
- Pautas radiales: A través de la emisora local Sabana Stereo y Regional Rumba Stereo.

2.9.7 Presupuesto De publicidad y promoción

Este presupuesto está compuesto por: Presupuesto de lanzamiento, que se realizará al inicio de la prestación del servicio del Hotel Country Resort; y el Presupuesto de operación, que se ejecuta durante toda la vida del hotel.

2.9.7.1 De lanzamiento

Con la finalidad de dar a conocer a todo público el nuevo el Hotel con Zona Recreacional y Social en el municipio de Sabana de Torres, un lugar que integrará

múltiples servicios, se debe emplear una gran cantidad de recursos económicos en publicidad y promoción; para ello se usarán todos los medios de comunicación seleccionados anteriormente: volantes, afiches, periódicos, televisión y pauta radial.

Cuadro 44. Presupuesto de publicidad de Lanzamiento

MEDIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Volantes	2.000	35	70.000
Distribución de volantes	2.000	100	200.000
Afiches	1.000	1.500	1.500.000
Distribución de afiches	1.000	200	200.000
Anuncio de prensa en Vanguardia Liberal y periódico el Sabanero	10	45.000	450.000
Pautas de radio un mes antes de la fecha de inauguración, 4 veces al día en horario familiar por los 30 días del mes en la emisora local Sabana Stereo y regional Rumba Sterero.	240	12.000	2.880.000
Televisión TRO Y OTV cuatro emisiones los domingos de cada mes antes de la inauguración en el horario familiar	8	1.585.000	6.340.000
Coctel de Inauguración	1	18.000.000	18.000.000
Total			29.577.000

Fuente: Vanguardia Liberal, Tipografía Dispapeles, Sabana Stereo y Rumba Sterero.

El coctel de inauguración o de bienvenida a las instalaciones del Hotel Campestre Country Resort constará de una tarde y parte de la noche (5:00pm a 10:00 pm), en la cual se invitarán a 200 personas de reconocimiento local y regional, autoridades civiles, eclesiásticas y publicas los cuales podrán llevar un acompañante para que conozcan las nuevas instalaciones y servicios ofrecidos por el único hotel campestre de la región. Se invitará de manera especial a la televisión regional TRO y local OTV, el periódico Vanguardia Liberal, El Sabanero; el costo total de este evento es de \$18.000.000

Se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- Coctel de Bienvenida
- Pasabocas
- Animación por parte de una orquesta vallenata
- Recorrido por las instalaciones
- Rifas, juegos, pases de cortesía y tarifas especiales.
- Comida estilo buffet
- Recordatorio del Hotel y publicidad
- Gran cierre con Juegos pirotécnicos.

2.9.7.2 De operación. Es importante complementar la publicidad en la etapa de operación con la renovación de afiches, trasmisión de pautas radiales, publicación de anuncio en el periódico Vanguardia Liberal y periódico el Sabanero y televisión regional canal TRO.

Cuadro 45. Presupuesto de publicidad de operación mensual

MEDIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Periódico el Sabanero. El anuncio se publicara de 5.5 cm ancho x 23.5 cm de largo a tinta de color, con entre 13 y 16 palabras. En la única edición mensual del periódico.	1	150.000	150.000
Radio Sabana Stereo y Rumba Stereo. Pautas. Se realizarán impactos repartidos durante todo el año después de abierto el Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social.	20	12.000	240.000
Vanguardia Liberal El anuncio se publicará de 4 cm. x 2 columnas en la Sección Anuncios Destacados a una sola tinta, con entre 13 y 16 palabras. Durante el primer y el tercer domingo de cada mes por todo el año.	2	200.000	400.000
Televisión TRO Pautar una publicidad todos los domingos en horario familiar en los canales regionales.	8	1.585.000	6.340.000
Total			7.130.000

Fuente: Vanguardia Liberal, El sabanero, Sabana Stereo.

2.10 RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Según el estudio de mercados realizado, los resultados indican que la segmentación seleccionada está en capacidad de adquirir los servicios del Hotel Campestre Country Resort ubicado en el municipio de Sabana de Torres.

De los turistas que se han investigado el 56,27% manifiestan que visitan el municipio de Sabana de Torres por motivos laborales principalmente ya que el municipio se encuentran diferentes empresas que requieren mano de obra calificada que no se encuentra en el municipio y por lo tanto llegan profesionales y operarios de otras ciudades aledañas, la segunda razón por la cual se visita el municipio con un 20,53% es por la familia; dice en un 26,93% que lo frecuenta de 4 a 6 veces en el año y un 51,47% lo hace menos de 3 veces por año.

Basados en lo anterior y en los datos analizados en la aplicación de la encuesta se tiene que en promedio al año cada turista visita a Sabana 4,24 veces; que su permanencia en promedio es de 4,76 días y que en promedio el grupo visitante es de 3,25 personas.

Con los anteriores resultados de la demanda se observa que hay una muy buena oportunidad de éxito en el mercado para el nuevo hotel y resaltar que de las personas encuestadas el 73,07% estaría dispuesto adquirir un nuevo servicio de hotelería campestre.

Es de anotar que el municipio cuenta con excelentes vías de acceso (Troncal del Magdalena Medio) pavimentadas que permiten una rápida y fácil comunicación con el interior y con la costa Colombiana; la ubicación estratégica del municipio de Sabana de Torres al encontrarse en el corazón del país se convierte en una ventaja para el desarrollo de la región en los diferentes sectores productivos con llevando al crecimiento de la economía local.

Para el lanzamiento del hotel se invertirá en publicidad \$29.577.000 como estrategia inicial y para atraer a nuevos clientes se mantendrá publicidad de operación por valor mensual de \$7.130.000 durante el año y así continuar promocionando el hotel y ofrecer los servicios tanto en temporadas altas como en bajas.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.

El hotel ofrecerá el servicio de alojamiento, mediante confortables habitaciones con los servicios esenciales, ofreciendo comodidad y tranquilidad durante los días de estadía del turista.

Para determinar el tamaño del proyecto se tendrá en cuenta el tipo de habitación que se va ofrecer al cliente, además de su cantidad (40 habitaciones); en el siguiente cuadro se puede apreciar el tamaño del proyecto.

Cuadro 46. Descripción tamaño del proyecto.

Tipo de Habitación	Personas por Habitación	Cantidad de Habitaciones	Total personas por Noche	Total Hospedajes al Año
Doble	2	20	40	14.600
Familiar	3	10	30	10.950
Múltiple	5	10	50	18.250
Total Servicios de Hospedaje		40	120	43.800

En conclusión el tamaño del proyecto se indicara con el número de turistas que se hospedarían cómodamente durante cada noche, es decir 120 personas.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

Inicialmente el tamaño del proyecto está condicionado a la demanda y factor económico para su respectiva creación. Para determinar el tamaño del proyecto se deben tener en cuenta algunas consideraciones entre las cuales se tienen:

- a. 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.
Teniendo en cuenta lo anterior se tiene como demanda potencial para ofrecer los servicios del hotel a los turistas y la población flotante, quienes según estudio de mercados están dispuestas a utilizarlos, durante diferentes épocas del año y por diferentes motivos.

- b.** Suministros e insumos. La prestación del servicio de hospedaje requiere de cierta cantidad y calidad de suministros e insumos que se serán comprados a diferentes proveedores. De esta manera se debe realizar varias cotizaciones a diferentes proveedores para poder comparar precios, cantidad y calidad, con el fin de determinar la más adecuada para el proyecto. A demás, por encontrarse el municipio cerca de la ciudad de Bucaramanga se podrán considerar algunos de sus proveedores.
- c.** Tecnología y equipos. Para la puesta en marcha del hotel se necesitaran 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.
- d.** 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 en el municipio de Sabana de Torres se estimarán las siguientes tres capacidades:

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. La capacidad total diseñada del hotel está conformada por el hospedaje que se puede brindar en cuarenta (40) habitaciones, así:

Cuadro 47. Capacidad total diseñada

Tipo de Habitación	Personas por Habitación	Cantidad de Habitaciones	Total personas por Noche	Total Hospedajes al Año
Doble	2	20	40	14.600
Familiar	3	10	30	10.950
Múltiple	5	10	50	18.250
Total Servicios de Hospedaje		40	120	43.800

En conclusión se podrá alojar en una noche 120 personas como capacidad máxima posible, en 40 habitaciones. Ahora si se considera que el año es de 365 días se tendría lo siguiente:

$$120 \text{ personas/noche} \times 365 \text{ noches/año} = 43.800 \text{ servicios de hospedaje/año}$$

La capacidad total diseñada del hotel permitirá ofrecer 43.800 servicios de hospedaje en total durante todas las noches de un año.

3.1.3.2. Capacidad instalada. La capacidad instalada debe ser igual a la diseñada para estar listos en la capacidad de hospedaje total cuando la demanda lo requiera; en la prestación de este servicio se contará con personal idóneo entre los cuales se encuentran: un administrador, una recepcionista/ auxiliar contable, dos recepcionistas, dos auxiliares de servicios generales y tres porteros (botones).

En conclusión la capacidad instalada permite alojar en una noche 120 personas en 40 habitaciones (siendo esta la capacidad diseñada) y al año 43.800 servicios de hospedaje en total durante todas las noches del año.

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Para determinar esta capacidad se va a relacionar inicialmente el flujo de turistas durante los fines de semana como son los sábados, domingos, vacaciones y festivos en ciertas épocas de año. Estos días se van a considerar como los más indicados para la actividad turística en el municipio de Sabana de Torres porque son los que permiten mayor afluencia de turistas al igual que durante la semana por los trabajadores de diferente empresas prestadoras de servicios en el municipio.

Una vez realizado el calendario se cuenta con 147 días disponibles para el turismo es decir efectivo; cuyo dato se toma para estimar la capacidad utilizada y proyectada como se puede observar en el cuadro 48.

Cuadro 48. Días disponibles al año para turismo, temporada alta

Días para el Turismo	Número de días para el Turismo (Temporada alta)	Total de Días año	Servicios de Hospedaje
Sábados y Domingos	52 semanas año x 2 días/semana	104	12.480
Semana Santa	5 días, de lunes a viernes	5	600
Lunes Festivos	según calendario 2.013	9	1.080
Receso Escolar (Octubre)	Una semana (sin fin de semana)	5	600
Otros Festivos	según calendario 2.013	4	480
Vacaciones Junio	sin incluir sábados y domingos	10	1.200
Vacaciones Diciembre	sin incluir sábados y domingos	10	1.200
Total Días de Turismo y Hospedajes al Año		147	17.640

Ahora, teniendo en cuenta que se puede alojar en una noche 120 personas como capacidad máxima posible; y considerando el total de días de turismo al año efectivo que de acuerdo al análisis del cuadro anterior son 147 días se tendría lo siguiente:

$$120 \text{ personas/noche} \times 147 \text{ noches/año} = 17.640 \text{ servicios de hospedaje/año}$$

Para los días restantes considerados temporada baja, se va a considerar una ocupación del 30% teniendo en cuenta que en la zona se desarrollan proyectos de alto impacto nacional entre los que se resalta la construcción de la vía al mar o Ruta del Sol, la construcción de la planta procesadora de fruto de palma de aceite más grande de Latinoamérica Oro Rojo, la construcción del aeropuerto internacional de carga y la Súper Vía la cual permitirá la comunicación con la capital de departamento de Santander (Bucaramanga) en 40 minutos aproximadamente, dándole al municipio de Sabana de Torres la similitud de lo que hoy es Girardot para Bogotá D.C. estos acontecimientos traen gran desarrollo y generación de empleo al requerir gran cantidad de mano de obra para su construcción.

Días restantes del año, temporada baja = 365 – 147 = 218 días al año

Cuadro 49. Días disponibles al año para turismo, temporada baja

Días Restantes	218
Personas por Noche	120
Ocupación	30%
Servicios Hospedaje Temporada baja	7.848

Ahora sumando los días de temporada alta y de temporada baja se tendría en total el siguiente número de hospedajes al año

Cuadro 50. Servicios de hospedaje total al año

Servicios Hospedaje Temporada Alta	17.640
Servicios Hospedaje Temporada baja	7.848
Servicios Hospedaje Total Año	25.488

Para determinar la capacidad utilizada real se tomará la información suministrada al contestar la pregunta número 13 (donde se le indaga a las personas si está dispuesta adquirir un nuevo servicio de hotelería campestre) donde el 72,97% responde que definitivamente si (ver cuadro 17) y el 27,03% responde que probablemente si (sobre lo cual es pertinente contar solo con la mitad 13,51% como estimativo de que se hospeden) se tendría entonces un 86,49% de capacidad utilizada para el año uno, así:

Cuadro 51. Intensión de hospedaje

Definitivamente si	72,97%
Probablemente si	27,03%
Ajuste Intensión Hospedaje	86,49%
Servicios Hospedaje Total Año	22.043

Con el anterior análisis e información se proyectará la capacidad aumentando en un 6,98% la utilizada en el año inmediatamente anterior y el 2,38% al año anterior al anterior; con base en el promedio de crecimiento de turistas presentado en los dos últimos años se determina así:

Cuadro 52. Promedio de crecimiento

Año anterior	6,98%
Año anterior al interior	2,4%
Promedio de Crecimiento	4,68%

Cuadro 53. Capacidad proyectada a 10 años

Año	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Servicios Hospedaje Total	22.043	23.075	24.155	25.285	26.469
Año	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023
Servicios Hospedaje Total	27.707	29.004	30.361	31.782	33.270

Logrando esta proyección en la capacidad utilizada para el año 10 se lograría un 75,96% ($33.270/43.800 = 0,7596$) de la capacidad total diseñada lo cual quiere decir que el año 10 se debe ampliar la capacidad diseñada.

Cuadro 54. Resumen de capacidades

	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
CAPACIDAD DISEÑADA	43.800	43.800	43.800	43.800	43.800
CAPACIDAD INSTALADA	43.800	43.800	43.800	43.800	43.800
CAPACIDAD USADA	22.043	23.075	24.155	25.285	26.469
CAPACIDAD UTILIZADA	50,33%	52,68%	55,15%	57,73%	60,43%
CAPACIDAD OCIOSA	49,67%	47,32%	44,85%	42,27%	39,57%
	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023
CAPACIDAD DISEÑADA	43.800	43.800	43.800	43.800	43.800
CAPACIDAD INSTALADA	43.800	43.800	43.800	43.800	43.800
CAPACIDAD USADA	27.707	29.004	30.361	31.782	33.270
CAPACIDAD UTILIZADA	63,26%	66,22%	69,32%	72,56%	75,96%
CAPACIDAD OCIOSA	36,74%	33,78%	30,68%	27,44%	24,04%

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización

El Hotel Campestre con Zona Social y Recreacional será ubicado en el Municipio de Sabana de Torres; por ser este el sector de interés para las autoras 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 20. Mapa Departamento de Santander



Fuente: Planeación municipal de Sabana de Torres

3.2.2 Micro localización

La micro localización 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: Salida la vereda los pinos.
- Lugar 2: Vereda la Gómez sobre la troncal del caribe
- Lugar 3: Vereda Agua Bonita junto a la subestación de la Electrificadora.

Para seleccionar de la mejor manera el lugar más conveniente para la construcción del Hotel 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 en la localización del Hotel, 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 la 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 la constante aritmética se determinará mediante la fórmula:

$$K = \frac{(PuntajeMayor - PuntajeMenor)}{n - 1}$$

A continuación se muestra el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores grados.

- **Selección de factores y grados.** Se determinan los siguientes considerando que son los de mayor incidencia al momento de tomar una decisión, se asignan tres grados por factor.

F1 Costo de Hectárea

Grado 1	Muy costoso	(Más de 80.000.000 por hectárea)
Grado 2	Costoso	(Entre 60.000.001 y 80.000.000 por hectárea)
Grado 3	Económico	(Menos de 60.000.000 por hectárea)

F2 Disponibilidad y estado de Vías de acceso

Grado 1	Malo	(Número de vías mínimo y destapadas)
Grado 2	Regular	(Es regular número de vías y regular estado)
Grado 3	Bueno	(Número de vías adecuado y buen estado)

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 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 Disponibilidad de transporte

Grado 1	Malo	(Pocas rutas de acceso)
Grado 2	Regular	(Presenta algunas rutas de acceso)
Grado 3	Bueno	(Presenta varias rutas de acceso)

F6 Ubicación estratégica

Grado 1	Malo	(Ubicación estratégicamente baja)
Grado 2	Regular	(Ubicación estratégica media)
Grado 3	Bueno	(Excelente Ubicación estratégica)

- **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.

Cuadro 55. Ponderación de Factores y puntuación de factores y grados

FACTORES Y GRADOS			PUNTOS	PONDERACIÓN	
F1	Costo por Hectárea				
	Grado 1	Muy Costoso (Más de 80.000.000 por hectárea)	0		
	Grado 2	Costoso (Entre 60.000.001 y 80.000.000 por hectárea)	75	150	15%
	Grado 3	Económico (Menos de 60.000.000 por hectárea)	150		
F2	Disponibilidad y estados de las vías de acceso				
	Grado 1	Malo (Número de vías mínimo y destapadas)	0		
	Grado 2	Regular (Es regular número de vías y regular estado)	50	100	10%
	Grado 3	Bueno (Número de vías adecuado y buen estado)	100		
F3	Disponibilidad de Servicios públicos				
	Grado 1	Malo (Los servicios son escasos)	0		
	Grado 2	Regular (Hay restricción de servicios)	50	100	10%
	Grado 3	Bueno (Existen todos los servicios)	100		
F4	Tranquilo y agradable para el descanso				
	Grado 1	Malo (Ambiente ruidoso para el descanso)	0		
	Grado 2	Regular (Ambiente medio para el descanso)	75	150	15%
	Grado 3	Bueno (Ambiente propicio para descansar)	150		
F5	Disponibilidad de Transporte				
	Grado 1	Malo (Pocas rutas de acceso)	0		
	Grado 2	Regular (Presenta algunas rutas de acceso)	50	100	10%
	Grado 3	Bueno (Ambiente propicio para descansar)	100		
F6	Ubicación Estratégica				
	Grado 1	Malo (Ubicación estratégicamente baja)	0		
	Grado 2	Regular (Ubicación estratégica media)	200	400	40%
	Grado 3	Bueno (Excelente Ubicación estratégica)	400		
TOTAL				1.000	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.

Cuadro 56. Determinación de la Ubicación del Hotel.

	LUGAR 1		LUGAR 2		LUGAR 3	
F1	2	75	2	75	3	150
F2	2	50	3	100	2	50
F3	3	100	3	100	3	100
F4	2	75	3	150	2	75
F5	2	50	3	100	2	50
F6	2	200	3	400	2	200
	550		925		625	

De acuerdo con los resultados obtenidos en el método de puntos se determina la ubicación del Hotel Campestre con Zona Recreacional y Social en la vereda la Gómez adicional por ser un sitio estratégico ubicándose sobre la Troncal del Magdalena Medio vía Nacional que comunica el interior del país con la costa pacífica siendo transitada a diario por indeterminado número de transportadores de carga y turistas en general. El predio se encuentra ubicado en la entrada del municipio a tan solo 5 km del casco urbano. Es de gran importancia mencionar que alrededor de este sitio se encuentran en desarrollo proyectos de gran impacto Nacional que benefician la economía local y regional entre los que en ejecución se encuentran: la Ruta del sol o Ruta Nacional 45 planeada para cubrir en doble calzada el trayecto entre la intercepción del Cune (Villeta, Cundinamarca) y la troncal de Caribe en el punto llamado Y de Ciénega a poco kilómetros de la ciudad de Santa Marta, frente al Mar Caribe. Este es uno de los corredores viales más importantes del país, ya que permite la comunicación terrestre entre Bogotá y otras ciudades del interior del país y las ciudades portuarias de la región caribe como Cartagena de Indias, Barranquilla y Santa Marta⁶⁸.

Otro proyecto en ejecución es la construcción de la planta procesadora de aceite de fruto de palma Oro Rojo la cual está proyectada a ser la más grande de Latinoamérica por su infraestructura y desarrollo tecnológico la cual se encuentra ubicada en la vereda la Moneda a 8 kilómetros de la ubicación del proyecto, esta construcción ya está en desarrollo generando empleo y crecimiento económico en la región.

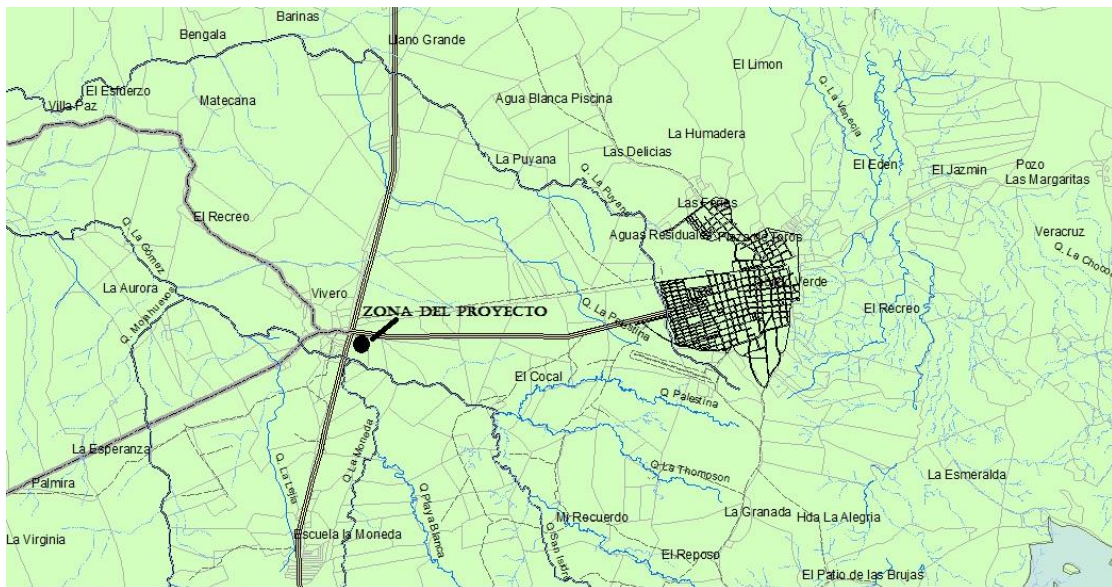
⁶⁸ Página web Wikipedia. Disponible desde internet en: <://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_del_Sol_(Colombia)> [con acceso el 04-05-2013]

La Súper Vía está proyectada que iniciará desde El Cero, sobre la vía a la costa Caribe y llegará por la antigua vía férrea hasta la vereda Provincia, e iría a empalmar en la vereda la Gómez con la Troncal del Magdalena Medio este proyecto va de la mano con la construcción del aeropuerto internacional de carga que esta propuesto el municipio de Sabana de Torres como lugar estratégico para su funcionamiento y ser eje principal para el desarrollo agroindustrial del Magdalena Medio Santandereano.⁶⁹

Ventajas y fortalezas:

- Facilidad de transporte público.
- Alta afluencia de pasajeros, transportadores.
- Parador para viajeros
- Contar con un sitio amplio y en buen estado para prestar el servicio.
- Vías de acceso en excelentes condiciones.
- En frente del sitio de ubicación del proyecto se encuentra una Estación de servicio EDS La Gómez

Figura 21. Mapa de Municipio de Sabana de Torres



Fuente: Planeación municipal Sabana de Torres

⁶⁹ Página web El Tiempo. Disponible desde internet en: </www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1379052/> [con acceso el 04-05-2013]

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El servicio que se va a prestar en el HOTEL COUNTRY RESORT, 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 Tres Estrellas; así se asegurará la satisfacción de los clientes; por tal razón es necesario destallar técnica y operativamente el proceso de información, recepción, entrada y salida del cliente.

3.3.1 Ficha técnica del producto

Cuadro 57. Ficha técnica del servicio de hospedaje en el Hotel Campestre Country Resort

Servicio principal	SERVICIO DE HOSPEDAJE PARA LOS TURISTAS QUE VISITAN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES.
Diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Atención directa al turista en las instalaciones del HOTEL COUNTRY RESIRT de domingo a domingo • El horario de atención será de 24 horas de domingo a domingo. • Prestación del servicio de hospedaje en un ambiente familiar, natural con seguridad y tranquilidad para el descanso. • Servicio suministrado por personas profesionales y tecnólogas en hotelería con experiencia certificada.
Especificaciones técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Calificación NTSH de COTELCO Tres Estrellas. • El día en el hotel se inicia a las 3:00 pm y termina a la misma hora del siguiente día. • Los inmuebles y equipos empleados son de calidad técnica. • Personal altamente capacitado • Habitación doble, familiar y múltiple. • Cada habitación se cuenta con los servicios de agua, luz, teléfono y wifi. • Cada habitación se entrega con cama(s), espejo, mesa auxiliar, silla auxiliar, mesa de

	<p>noche, televisor, aire acondicionado, teléfono, cajilla de seguridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada habitación tiene su baño privado con ducha, espejo, lavamanos y sanitario. • Parqueadero privado
Vida útil	El servicio de hospedaje tendrá una vida útil inicial de 10 años (tiempo de proyección); con la posibilidad de ser extendida por 50 años como mínimo.
Servicios Secundarios Diseño	Zonas Sociales
Especificaciones Técnicas	
Zona de Juegos Infantiles	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio disponible las 24 horas. • Parque Infantil para niños de 2 a 9 años • Elaborado en madera alrededor de zonas verdes. • Sin costo adicional para el huésped.
Zona de Húmeda	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Piscina • Disponibilidad de 10:00 am a 9:00pm • Publico de 3 años en adelante • Sin costo adicional para huéspedes
Vida Útil	El servicio de hospedaje incluye zonas sociales como juegos infantiles y piscina, además servicio de restaurante teniendo en cuenta el horario de atención para cada servicio. Sin embargo la vida útil depende de la necesidad del huésped y el tiempo que este lo requiera, por lo cual el servicio finaliza en el momento en que el huésped abandona el hotel.

3.3.2 Descripción técnica del proceso

Teniendo en cuenta la actividad básica y central del HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT; se describe el proceso sobre la manera como se ofrece los servicios de hospedaje a los turistas en el municipio de Sabana de Torres.

Primer Paso: El turista arriba al hotel, solicitando el servicio de hospedaje sin previa reservación. Se procede a realizar la anotación del ingreso en el libro de registro de huéspedes, asignándole el número de habitación y tomando los datos necesarios como nombre completo, número de identificación y profesión, ciudad proveniente y número de teléfono. En cuanto a las personas que hacen sus reservaciones a través de la página web o telefónicamente, igualmente de toman los datos, confirmando la información registrada y realizando la anotación en el libro pertinente.

Segundo Paso: El cliente firma el libro de registro de huéspedes donde se encuentran los datos entregados y se le solicita la cancelación de la habitación realizándole la factura respectiva del pago.

Tercer Paso: Una vez cancelada la habitación el portero-botones ayuda a llevar las maletas del cliente a la habitación asignada y una vez ubicado se le entrega las llaves y se revisa el inventario de accesorios del lugar asignado.

Cuarto Paso: Cada vez que el turista solicite un pedido, se le llevara hasta la habitación, ofreciéndole un servicio de alta calidad. De esta manera la recepción va registrada en la plantilla de consumo, cada producto o servicio solicitado por número de habitación. De la misma manera cuando el turista, solicita servicio de comidas desde el restaurante del hotel, se va registrando en la planilla de consumo, si el huésped desea que sea cargado a su cuenta.

Quinto Paso: Cuando el turista le comunique a la recepcionista la decisión de entregar la habitación, el portero-botones se desplazara hasta allí, revisando el inventario.

Sexto Paso: El portero-Botones le comunicara a la recepcionista el resultado de su revisión.

Séptimo Paso: La recepcionista revisa la planilla de consumo correspondiente a la habitación y la planilla de inventario de los artículos entregados en la habitación, entregándole al cliente el valor a cancelar.

Octavo Paso: Una vez cancelado el servicio se realiza la factura de pago y le entrega copia al cliente.

Noveno Paso: Se verifica la salida del cliente de la habitación.

Decimo Paso: La camarera realiza el aseo de la habitación, cambiando tendidos y dejándola en las condiciones óptimas de aseo y presentación para una nueva reservación.

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

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

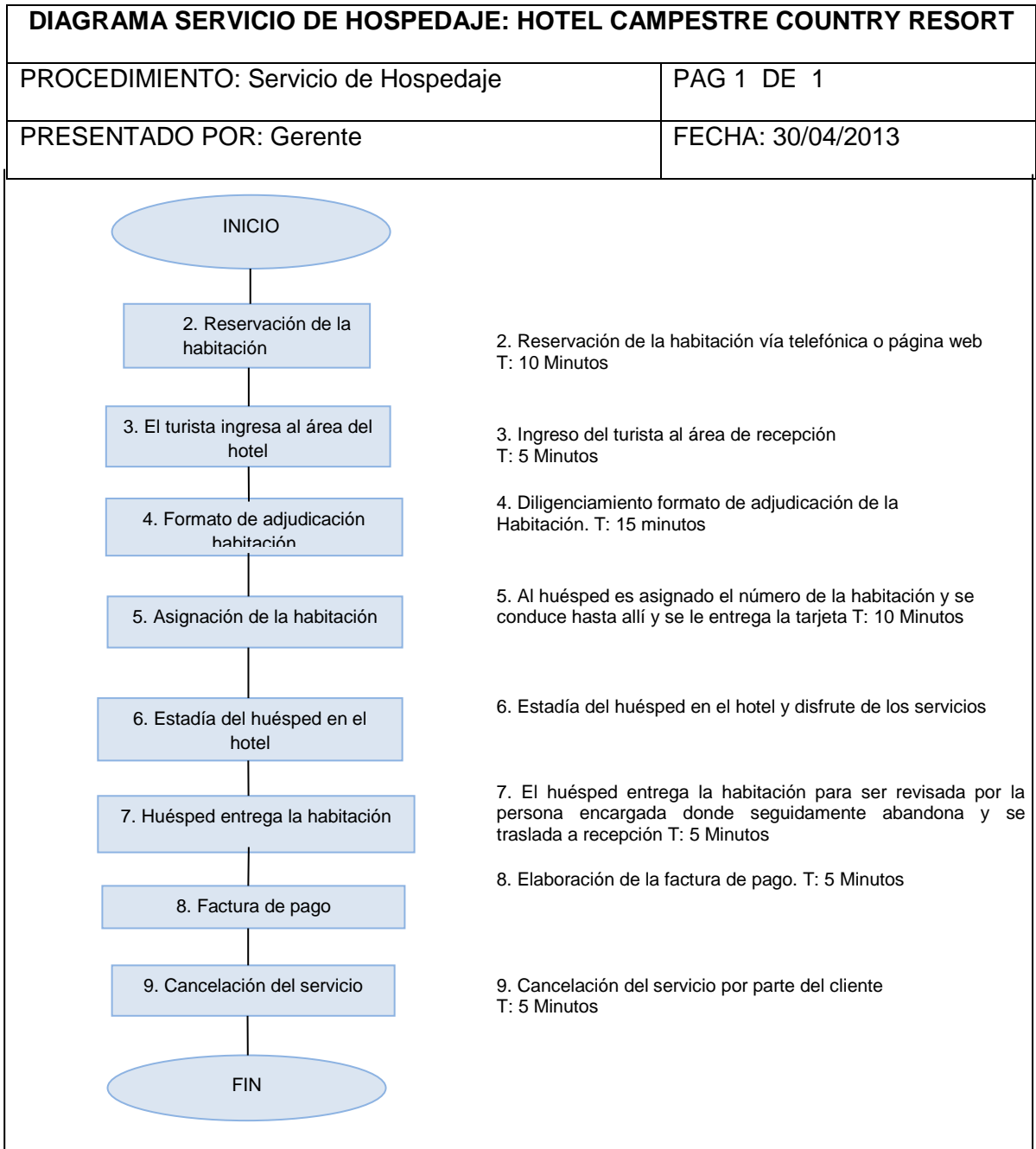
El hotel contara con un cuarto pequeño debidamente señalado, donde se guardara la caneca de aseo con su respectiva tapa, evitando la contaminación ambiental para brindar un ambiente saludable para los empleados, clientes y su entorno.

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

Se debe tener en cuenta que el municipio tiene recolección de aseo, cuyo vehículo realiza la recolección durante dos días de la semana, por el cual la persona de servicios generales se encargara de sacar las bolsas en el momento y días indicados

3.3.3 Diagrama de procedimiento. El diagrama indica las actividades que se describen para dar información, ingreso y salida del cliente o término de la estancia en el hotel.

Figura 22. Diagrama de procesos servicio de hospedaje



3.3.4 Control de calidad. El presidente de COTELCO indica que en Colombia los hostales y hoteles deben certificarse, 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. Con esta

norma, los hostales y hoteles deberán cumplir unos requisitos y cualidades para hacerse merecedores a determinadas estrellas.

Aunque el proceso de certificación es voluntario, los establecimientos que no se acojan a las disposiciones del gobierno no podrán publicitar sus estrellas, y si lo hacen serán sancionados. De esta forma se debe certificar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, el cumplimiento de los requisitos para los determinados rangos de estrellas, que garantice la transparencia del proceso.

Política de Calidad. En cuenta a la política de calidad que tendrá el HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT del municipio de Sabana de Torres, se menciona lo siguiente:

- Brindar servicios de alojamientos, alimentos, bebidas, eventos y complementarios distinguiéndose por su confort, hospitalidad, calidad y excelente servicio.
- Cumplimiento estricto con los principios y los reglamentos de la HACCP en todas las actividades de hospitalidad.
- La satisfacción total de las necesidades expresas o implícitas de los huéspedes
- Completa satisfacción del cliente ofreciéndole servicios de óptima calidad que superen sus expectativas.
- Contar con un recurso humano calificado en cual este en continua capacitación.
- Adecuar las instalaciones, incorporando tecnología de punta y mejorando continuamente los procesos y procedimientos.
- El mejoramiento continuo de la calidad de los alimentos y bebidas que se ofrecen en el hotel y de las actividades de seguimiento de la seguridad.
- Garantizar el suministro de todos los recursos necesarios para lograr las metas.
- Además, garantizar el mejoramiento continuo del control de calidad a través del desarrollo de actividades que apoyan un proceso objetivo de seguimiento del logro de metas y la eliminación de que cualquier motivo pueda impedir este propósito.

Para lograr lo anterior, la administración del HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT aplicará procesos para identificar las necesidades de los huéspedes y los requisitos reglamentarios relativos, lo cual se logra estableciendo metas objetivas capaces de medirse y realizando las acciones necesarias para lograr estas metas.

NORMAS ISO, HACCP Y B.P.M. Se entiende por aseguramiento de la calidad, todas las acciones que realiza una empresa para mantener y mejorar programas que orienten la calidad en sus servicios y/o productos.

Las certificaciones más sobresalientes por parte del ICONTEC, es relacionada con el sello de calidad ICONTEC, y con las normas ISO 9000, las cuales se han constituido en los últimos años en una guía muy útil para la empresa que desean continuamente su gestión en torno a la calidad.

Teniendo en cuenta la importancia del aseguramiento de la calidad, la empresa buscará siempre la excelencia empresarial implementando documentos de auto evaluación, diseñados para evaluar la calidad en la empresa y enmarcar los criterios de liderazgo, estrategias y planificación, gestión del personal, recursos, sistemas de la calidad y procesos, satisfacción del cliente, satisfacción del personal, impacto en la sociedad y resultados empresariales.

Este manual le servirá de guía para la realización de actividades cotidianas del hotel para mantener un nivel de calidad adecuado, teniendo en cuenta que un programa de certificación se podrá implementar pero después de varios años de funcionamiento de la empresa.

3.3.5 Recursos. Para el montaje del HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT se requiere los siguientes recursos.

3.3.5.1 Recurso humano (mano de obra directa). Para el funcionamiento del hotel en la sección de operación se necesita la siguiente planta de personal.

Cuadro 58. Recurso humano directo.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	NÚMERO DE EMPLEADOS
Recepcionista	3
Secretaria-Auxiliar Contable	1
Portero (Botón)	3
Auxiliar de Servicios Generales	4

Para las temporadas consideradas altas como semana santa, vacaciones de junio y diciembre, ferias y fiestas de municipio, se contratará otra persona para el

cargo de auxiliar de servicio generales, con el fin de cumplir a cabalidad con la prestación de servicio con calidad, satisfaciendo las expectativas del huésped.

3.3.5.2 Recurso humano (mano de obra indirecta) Para el funcionamiento del hotel en la sección de dirección y administración se requiere la siguiente planta de personal.

Cuadro 59. Recurso humano indirecto

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	NÚMERO DE EMPLEADOS
Contador Público	1
Administrador	1

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

Cuadro 60. Recurso físico

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN RECURSO FÍSICO
	*RECEPCIÓN, LOVI Y OFICINA GERENCIA
1	Computador Lenovo completo
1	Computar portátil Toshiba
1	Calculadora Electrónica Cassio
1	Conmutador para 40 extensiones telefónica
1	Telefax
2	Kit de cámaras de seguridad de alta gama (4)
1	Escritorio gerente con silla

Cuadro 60. Continuación	
1	Escritorio secretaria con silla
2	Archivador de 4 cajones en madera
1	Juego de sala de espera en Rattan
2	Cuadros
1	Televisor a color de 46" LED
	*SALÓN EVENTOS SOCIALES
300	Sillas ergonómicas para el salón de eventos.
1	Aire acondicionado integral
	*HABITACIONES
40	Somier doble
20	Somier sencillo
10	Camarotes
50	Juegos de sabana dobles (sabana, sobresabana y funda)
60	Juegos de sabana sencillo (sabana, sobresabana y funda)
150	Cobijas
10	Colchones sencillos semi-ortopedicos de 0,90m x 1,90m
150	Toallas de baño 1m x 1,5m
150	Almohadas
150	Toallas lavamanos 0,40m x 0,60m
70	Mesas de noche
40	Mesas auxiliares

Cuadro 60. Continuación	
40	Sillas auxiliares
40	Espejos
40	Televisores de 32" LCD pantalla plana
40	Closet empotrados a la pared en madera
40	Cortinas
40	Teléfonos
40	Cajillas de seguridad
40	Neveras de 209 litros
40	Radio reloj digital
40	Papeleras plásticas para baño
40	Aire acondicionado mini spilt
	*LAVANDERÍA
1	Lavadora de 28 Libras Whirpool
1	Plancha Industrial de presión a vapor
1	Mesa para planchar
2	Estante en madera para acomodar ropa de hogar
	*CAFETERÍA
1	Greca
1	Nevera de 12 pies
1	Juego de pocillos con su respectivo plato
4	Bandejas
12	Jarras de cristal

Cuadro 60. Continuación	
4	Recipientes para azúcar, café, aromática
1	Mesa rimax plástica
1	Juego de vasos x 36

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

3.3.5.4 Recurso de insumos. En cuanto a los insumos o materias primas indispensables, en los diferentes procesos del hostel, se contemplan aquellos utilizados en los servicios ofrecidos, como se indica a continuación:

- Insumos de aseo: Destinados para la limpieza de las diferentes áreas del hotel como: detergentes, desinfectantes, toallas multiusos, cera para piso, escobas, recogedor, traperos y Valdés.
- Insumos de administración: Destinados para las actividades en recepción y gerencia como: factúrerros, papelería de impresión (formas continuas tamaño carta a una y dos partes con copia), tintas de impresora, útiles de oficina (lapiceros, correctores, lápices, marcadores, clips, etc.), sellos, grapadora, perforadora, tijeras, carpetas, ganchos legajador, grapas, folder AZ, libro de registro, etc.
- Insumos de habitación: Destinados para el uso de turistas como: jabón de baño, jabón lavamanos, papel higiénico, shampoo, gorro de baño.
- Insumos de Cafetería: Azúcar, aromática, café, agua, vasos desechables.

3.3.6 Estudio de proveedores. Para realizar las compras de equipos, muebles, enseres, artículos de aseo y cafetería, necesarios para el buen funcionamiento del hotel, se han determinado los siguientes proveedores.

El municipio de Sabana de Torres ofrece variedad de proveedores con calidad y precios diferentes. Se ha seleccionado los siguientes teniendo en cuenta su experiencia, buen servicio y garantía de los productos que ofrecen.

Proveedores de equipos

- Hogar Coomultrasan Teléfono: 6293912
- Soluciones informáticas Teléfono: 6358034

Proveedores de muebles (habitaciones y oficinas)

- Hogar Coomultrasan Teléfono: 6293912
- Hecho en Colombia Teléfono: 6718801
- Mutigangas Teléfono: 6294670

Proveedores de insumos

- Central Papelera Teléfono: 6434222
- Supermercado Autoservicio J J Teléfono 6294182
- CAJASAN Supermercado Teléfono. 6293700

3.3.7 Distribución en planta. La planta física del hotel será distribuida según el diseño del inmueble que se construye para tal fin, donde se adecuará los espacios necesarios para la prestación de los servicios ofrecidos.

La planta del HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT, se presenta en una superficie de 30.000 metros cuadrados, con la descripción de los siguientes espacios:

Cuadro 61. Distribución de planta

DESCRIPCIÓN	ÁREA
Hotel: 40 habitaciones, Recepción y Administración	654 m ²
Parqueaderos: Tres cada uno con capacidad para 60 vehículos ubicados en la zona del Hotel, restaurante y zona recreacional.	1.440 m ²
Piscina del Hotel: Área circular	100 m ²
Salón de eventos sociales	450 m ²
Portería del Hotel	30 m ²
Portería zona recreacional	25 m ²
Canchas múltiples: mini fútbol en pasto, microfútbol, baloncesto, voleibol y tenis	3.040 m ²
Zona de hamacas	200 m ²
Cafeterías: Dos una para la zona de Juegos tradicionales y otra para la zona de piscinas- canchas múltiples	75 m ²
Zona de juegos tradicionales: Canchas de tejo, bolo criollo y rana	1.880 m ²
Zona de camping	400 m ²
Restaurante	400 m ²
Piscina de adultos niños área circular	220 m ²
Juegos infantiles	48 m ²

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

Figura 23. Distribución de planta.



3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

La demanda existente para la prestación del servicio de hospedaje en el Municipio de Sabana de Torres es óptima, de manera que se tuvo en cuenta como factor determinante para el tamaño del proyecto. Igualmente se observa que las personas que los turistas tendrán una mayor frecuencia de uso del hotel en temporada alta (se considera 147 día/año), es decir durante los fines de semana, lunes festivos, épocas de vacaciones de mitad y fin de año; lo cual determina una capacidad utilizada para el proyecto en el primer año de 25.488 servicios de hospedaje, contemplando un 30% de utilización en temporada baja (se consideran 218 días/año) teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado en esta temporada el 30% de utilización es alto por el tipo de mercado.

Las instalaciones del HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT se ubicara en punto estratégico sobre la vía panamericana y la entrada del casco urbano del

municipio de Sabana de Torres, el terreno cuenta con una extensión de 3 hectáreas o 30.000 metros cuadrados. Según el POT la ubicación es pertinente para este tipo de negocios.

Igualmente se debe tener muy en cuenta que es de gran importancia contar con todos los servicios públicos necesarios como agua, luz, gas, acueducto, alcantarillado, teléfono, internet; solo se debe realizar las adecuaciones técnicas necesarias para el funcionamiento del hotel.

En cuanto al recurso humano no será elevado y además se podrá conseguir en el mismo municipio el talento humano necesario, igualmente los insumos para el normal funcionamiento del hotel y la prestación de un excelente servicio.

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

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

El HOTEL CAMPRESTRE COUNTRY RESORT debe poseer una organización formal bajo una estructura bien definida constituyéndose una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)⁷⁰, la cual podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Este capital debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo. Para la constitución debe cumplirse con una serie de requisitos, previstos en el artículo 110 y siguientes del Código de Comercio.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

En la Cámara de Comercio de Barrancabermeja se realizarán los trámites tendientes a la legalización de constitución de la Sociedad por Acciones Simplificada, que se registrará por todos los formalismos de la ley contenidos en el Código de Comercio.

Para inscribirse en la Cámara de Comercio se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Reunión de socios para llegar a un acuerdo en la constitución de la empresa.
- Elaborar una escritura de constitución.
- Solicitud del nombre de la empresa ante la Cámara de Comercio.
- Elaboración de la escritura en la Notaría contemplando los siguientes aspectos:

Contenido escritura constitución Sociedad Acciones Simplificada:

- a. Nombre y domicilio y documento de identificación de las socias
- b. Clase o tipo de sociedad (Sociedad Acciones Simplificada) y el nombre de la misma
- c. Domicilio de la sociedad
- d. Objeto social (descripción de las actividades principales que se pretendan desarrollar)
- e. Capital social

⁷⁰ Página Virtual Emprendimiento Programa SENA, disponible desde internet en: <[http:// emprendimiento.sena.edu.co/](http://emprendimiento.sena.edu.co/); Ley 1258 de 2008/> [con acceso el 07-03- 2013]

- f. Forma de administrar los negocios sociales (facultades del administrador y de los asociados)
- g. Época y forma de convocar las asambleas ordinarias
- h. Fecha de inventarios y balances Generales
- i. Forma de reparte de utilidades, con indicación de las reservas necesarias
- j. Duración de la sociedad
- k. Forma de hacer la liquidación y causales de la misma
- l. Es aconsejable determinar si las diferencias que puedan ocurrir entre los asociados entre sí o con la sociedad se someterá a decisión arbitraria
- m. Nombre, domicilio, y facultades de los representantes de la sociedad
- n. Los demás pactos que sean compatibles con ese tipo de sociedad que se esté constituyendo

La inscripción o matrícula del nuevo hotel debe hacerse un mes después de elaborada la escritura. Se debe contemplar la carta de estudio de nombre comercial, copia notarial de la escritura pública de constitución, formularios de matrícula mercantil de la sociedad y del establecimiento de comercio, debidamente diligenciados, carta de aceptación de los representantes legales, miembros de la junta directiva, revisor fiscal, copia de apertura del establecimiento de comercio firmada por el representante legal.

Cumplidos los anteriores requisitos y habiendo obtenido la inscripción de la empresa HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT se procede a solicitar el certificado de existencia y representación legal, registro de los libros mercantiles (Actas, registro de socios, caja diario, mayor y balances e inventarios).

Otro trámite muy importante e indispensable es diligenciar el NIT, y el Registro Único Tributario (RUT), además permiso de funcionamiento por la Alcaldía para la cual debe adjuntarse el certificado de existencia y representación legal de la sociedad, estampillas de previsión social municipal. En la DIAN, también la autorización para utilizar números de facturas.

4.2.1 Visión

EL HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT en el 2.020 será reconocido como uno de los mejores hoteles en la región del Magdalena Medio demostrado en la excelencia del servicio, la superación de las expectativas de sus clientes y el crecimiento sistemático y organizado de cada una de sus unidades estratégicas de negocio creando alianzas con entidades dedicadas a planes turísticos, deporte y recreación.

4.2.2 Misión

Nuestra Empresa EL HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT es una organización competitiva, fundamentada en el bienestar y desarrollo de sus trabajadores, la gestión integral y con responsabilidad social, prestando los mejores servicios hoteleros satisfaciendo las expectativas de sus clientes brindando tranquilidad y comodidad bajo una ambiente natural y familiar, apoyados de nuestros proveedores logrando altos niveles de calidad sostenibilidad y aprovechamiento de los recursos.

4.2.3 Objetivos

- 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.
- Lograr la participación del personal de la empresa, formando un equipo de trabajo idóneo y responsable con un alto sentido de pertenencia.
- Establecer ingresos permanentes que permitan brindar bienestar a la empresa y para quienes la integran.
- Contribuir con la comunidad en la integración con los turistas promoviendo la recreación y el turismo en general.
- Generar empleo en el municipio mediante la contratación directa del personal adecuado y capacitado.

4.2.4 Políticas

Las políticas de la empresa con lineamientos establecidos, parámetros en los que la empresa desarrolla todas sus actividades.

4.2.4.1 Políticas de personal. Para una empresa lo más importante debe ser el personal y el equipo humano con el que trabaja. Dentro del HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT, el recurso humano se constituye como uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de las actividades de la empresa, por lo tanto se establecerá algunas políticas que le permitan seleccionar personal idóneo, capacitado, con excelente atención al público y buenas relaciones interpersonales, además de los deseos de superación y mejoramiento continuo. Dentro de esas políticas se establece lo siguiente:

- **Selección:** De acuerdo a los criterios de la empresa, se elige el personal que cumpla con los requisitos exigidos para los cargos establecidos. La selección

se hará a través de entrevistas personales y pruebas psicotécnicas que busquen el mejor perfil.

- **Contratación:** El personal directo del HOTEL CAMPRESTRE COUNTRY RESORT se vinculará a través de un contrato legal.
- **Salario:** El salario que se cancelará será acordado con la persona mediante un acuerdo mutuo dejando estipulado el cubrimiento de las prestaciones sociales de acuerdo a las exigencias de la ley.
- **Dotación:** Al personal operativo se le entregará su uniforme correspondiente para cumplir con los requisitos de sanidad.

4.2.4.2 Políticas de compras. Para realizar la compra de insumos y de utensilios para el HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT se tendrán en cuenta los siguientes puntos:

- Los proveedores se seleccionan de acuerdo a los requerimientos del hotel y se estudiarán los mejores precios y productos que brinden economía y calidad a los huéspedes.
- Para cada compra activos, insumos o material de aseo se debe requerir mínimo tres cotizaciones de proveedores diferentes.
- Forma de pago: una vez seleccionado el proveedor se realizarán acuerdos de formas de pago que sean benéficas para ambas partes.
- Rotación de inventarios: el hotel contará con un stock de insumos y utensilios con el fin de prestar los servicios y atención que el huésped merece.

4.2.4.3 Políticas de ventas. Se consideran las siguientes políticas de ventas:

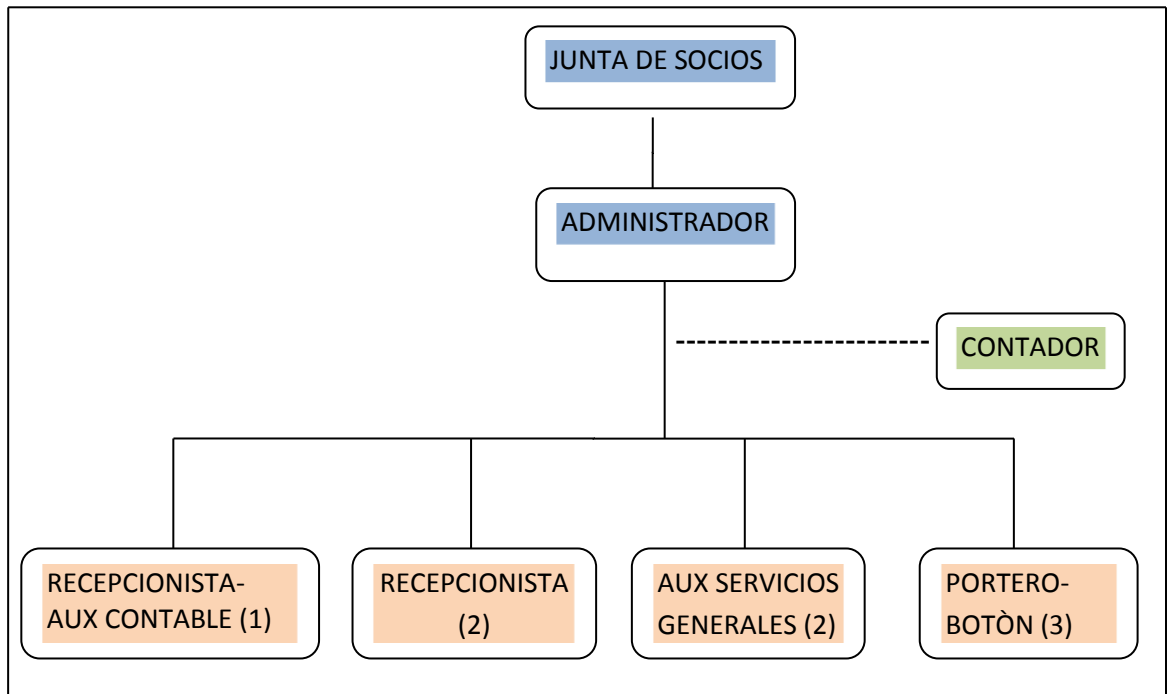
- La forma de pago por la venta de servicios de hospedaje en el hotel será de contado, por tarjeta crédito o tarjeta débito.
- Se manejará descuentos especiales a los paquetes turísticos programados con empresas, colegios, universidades, cajas de compensación familiar, etc.
- Mantener un nivel de precios que sea altamente competitivo en el sector a fin de conservar la fidelización de los huéspedes.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama

Representa las líneas de autoridad que tendrá el hotel en las labores de servicio, su estructura organizacional es la siguiente:

Figura 24. Organigrama Hotel Campestre Country Resort



4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Descripción, análisis de cargos y el manual de funciones son una herramienta fundamental ya que es el punto de partida para elaborar la mayor parte de instrumentos con que se administra efectivamente el talento humano en la empresa y es importante a la hora de obtener un personal idóneo, estableciendo con él las especificaciones y requerimientos del cargo, con el cual se hará la mejor selección e inducción de personal calificado y especializado para la empresa, permitiendo mejorar índices de eficiencia y productividad.

Además de esto, asignar las labores respectivas a cada cargo evitando dualidad de funciones y creando así un mejor clima organizacional.

4.3.2.1 Manual de funciones. La elaboración del siguiente Manual es el resultado de un estudio técnico y organizacional que sirve de parámetro para la evaluación de desempeño de cada cargo y se ha tenido en cuenta las funciones establecidas por los siguientes mecanismos:

- Por Ley.
- Por Estatutos de la Empresa.

La presentación de este manual será en carpetas que permita el intercambio de hojas, para facilitar su actualización, en el pie de página se relacionará la fecha de modificación y los cambios en el espacio de observaciones.

De acuerdo a los cargos requeridos para la prestación del servicio en HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT, se presentan los siguientes cargos con sus respectivas descripciones y perfiles.

Cuadro 62. Manual de funciones del Administrador

 <p>"Paraíso de descanso y diversión"</p>	MANUAL DE FUNCIONES		ELABORÓ:
			REVISÓ:
			APROBÓ:
			PÁGINA:
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo: ADMINISTRADOR			
Nivel Funcional: Ejecutivo		Código:	
Jefe Inmediato: Junta de Socios.		Dependencia: GERENCIA GENERAL	
Naturaleza del Cargo: Estatutario.		N° de Cargos: 1	
Horario:		Edad Sugerida:	
II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
Controlar las actividades de administración del Hotel Campestre Country Resort, elaborando e interpretando las herramientas contables, tales como: registros, estados de cuenta, cuadros demostrativos, estados financieros, presupuesto y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.			
Personal a Cargo			
Nivel	Cargos que le reportan	Número de Personas	
	Todos	1	
III. FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar las actividades necesarias para la prestación de los servicios del Hotel. ➤ Representar legalmente a la empresa. ➤ Tomar las medidas necesarias para la conservación de la buena imagen de la empresa. ➤ Impartir las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa. ➤ Cumplir y hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa. 			

- Seleccionar el recurso humano del Hotel.
- Evaluar al personal, proponer con justificación la remoción del cargo.
- Responder por la custodia y seguridad de los bienes de la empresa.
- Acordar fechas de pago para las obligaciones de la empresa.
- Redactar y calcular las cotizaciones y otros documentos.
- Elaborar programas de motivación para el personal de la empresa.
- Aprobar las cuentas para los pagos.
- Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de publicidad y promoción.
- Atender a los clientes.
- Liderar y velar por el cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizaciones del Hotel.
- Contribuir con la eficacia, la eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometido.
- Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el Hotel.
- Desarrollar estrategias de mercado del servicio.
- Cumplir las demás funciones que le sean propias de acuerdo con la ley.

Las demás que le sean asignadas por su jefe inmediato, acorde a la naturaleza de su cargo.

IV.PERFIL REQUERIDO	
Educación (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
Profesional en el área administrativa o afín, Ingeniero Industrial o Gestor Empresarial	Dos años como mínimo en cargos similares.
Período de Adaptación	Dos meses.
Competencias	
ADMINISTRATIVAS	Control directivo, toma de decisiones, liderazgo de personas, planeación, y organización, comunicación efectiva oral, escrita y responsabilidad.
LABORALES	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
HUMANAS	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a la frustración.
V. ANÁLISIS DEL CARGO	
	POR SUPERVISIÓN: Verificar que sus subalternos cumplan con eficiencia sus labores, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.
	POR CONTACTO: Contactos frecuentes con clientes internos y/o externos. Los temas tratados son de mucha importancia; se requiere habilidad y conocimiento de las políticas y actividades de la Empresa para el manejo de la

DE RESPONSABILIDAD	información.
	POR PROCESOS: En la coordinación de las etapas del cumplimiento de las funciones a cumplir por los demás empleados de la empresa. -Informes sobre el funcionamiento de la empresa. -Para participar en la selección e inducción del personal. -Manejar adecuadamente los datos de la empresa, manteniendo reserva de la información. Atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.
	POR MATERIALES: Responde por el manejo adecuado de escritorios, muebles y enseres que se le asignen para cumplir el funcionamiento de la empresa.
	POR MANEJO AL SERVICIO: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.
DE ESFUERZO	MENTAL: Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para asignar funciones, rendir informes, solucionar problemas y tomar de decisiones.
	VISUAL: Esfuerzo visual permanente al observar los comportamientos, presentación, colaboración y participación de los funcionarios para con la empresa, revisar informes de servicios prestados y gasto de insumos.
	FÍSICO: Permanece la mayor parte del tiempo sentado, ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.
DE HABILIDAD	INTELLECTUAL E INICIATIVA: Requiere habilidad intelectual e iniciativa para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan el buen desempeño del Hotel Campestre.
	MANUAL: En el manejo de la documentación propia de la empresa.

VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.			
CONDICIONES AMBIENTALES			
FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N
FRÍO	N	VENTILACIÓN	N
CALOR	N	OLORES	N
HÚMEDAD	N	SUCIEDAD	N
RUIDO	N		
OTROS			
RIESGOS DEL CARGO			
RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA:			
OBSERVACIONES:			
- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.			
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.			

Elaboró: _____		Revisó: _____	
Fecha: _____		Fecha: _____	

Cuadro 63. Manual de Funciones de la Secretaria- Auxiliar contable

 <p>“Paraiso de descanso y diversión”</p>	MANUAL DE FUNCIONES	ELABORÓ:
		REVISÓ:
		APROBÓ:
		PÁGINA:
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del Cargo: SECRETARIA- AUXILIAR CONTABLE		
Nivel Funcional: Asistencial.	Código:	
Jefe Inmediato: Administrador	Dependencia: ADMINISTRACIÓN	
Naturaleza del Cargo: Ordinario	N° de Cargos: 1	
Horario:	Edad Sugerida:	
II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Servir de apoyo logístico aplicando técnicas secretariales, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acordes con los objetivos de su jefe inmediato y la empresa. Atención de huéspedes y desarrollo del proceso de contabilidad del hotel.		
Personal a Cargo		
Nivel	Cargos que le reportan	Número de Personas
	Ninguno	
III. FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos. ➤ Elaborar las cuentas de cobro y hacer seguimiento y control de ellas. ➤ Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella. ➤ Transcribir, redactar, enviar cartas, informes, documentos y otros que se requieran para el funcionamiento de la organización. ➤ Recibir y atender a los clientes. ➤ Mantener stock mínimo de existencias de papelería indispensable para el buen desempeño. ➤ Mantener actualizada la información contable de la empresa. ➤ Liquidar nómina quincenalmente. ➤ Liquidar al término de cada mes los aportes parafiscales y las prestaciones sociales. ➤ Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes. ➤ Cumplir con la misión, visión, los principios y valores organizacionales de hotel. ➤ Contribuir con la eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometida. ➤ Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el hotel. ➤ Elaboración y registro de la información de los huéspedes al ingresar a las instalaciones del hotel. ➤ Realizar las facturas del servicio del hotel y demás consumo de los huéspedes. ➤ Velar por la custodia de los documentos entregados por el hotel para la realización del servicio ➤ Responder por el manejo de la caja menor del hotel <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</p>		
IV. PERFIL REQUERIDO		
Educación (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral/Adiestramiento.	

Secretaria General con C.A.P DEL SENA, Tecnóloga en contabilidad financiera y/o C.A.P del SENA con estudios en contabilidad y conocimientos en informática.	Dos años como mínimo en cargos similares.
Período de Adaptación.	Dos meses.
Competencias	
ADMINISTRATIVAS	Comunicación efectiva oral y escrita, responsable y atenta.
LABORALES	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
HUMANAS	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a los clientes.
V. ANÁLISIS DEL CARGO	
DE RESPONSABILIDAD	POR SUPERVISIÓN: Hacer auto-inspección, revisar el servicio prestado evitando inconformidades en la atención a clientes y en la coordinación con las labores de la Auxiliar de Servicios Generales. El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica.
	POR CONTACTO: Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de la información confidencial de la empresa.
	POR PROCESOS: Responde por la información sobre citaciones, reuniones de los asociados, administrador, demás empleados y las que deban darse al público en general. Responde por los recursos de caja menor. Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio. Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio.
	POR MATERIALES: Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos y muebles asignados.
	POR MANEJO AL SERVICIO: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.
DE ESFUERZO	MENTAL: Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.

	<p>VISUAL: Esfuerzo visual permanente en la preparación de la correspondencia, preparación de la caja menor y manejo de computadores.</p> <p>FISICO: Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>				
DE HABILIDAD	<p>INTELLECTUAL E INICIATIVA: Requiere habilidad intelectual e iniciativa en la ejecución de cartas e informes, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.</p>				
	<p>MANUAL: El cargo requiere un grado medio de precisión manual en la realización de sus actividades diarias y en el manejo de la documentación propia de la empresa.</p>				
VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.					
CONDICIONES AMBIENTALES					
FACTOR	NIVEL	FACTOR	NIVEL		
ILUMINACIÓN	N	POLVO	N		
FRÍO	N	VENTILACIÓN	N		
CALOR	N	OLORES	N		
HÚMEDAD	N	SUCIEDAD	N		
RUIDO	N				
OTROS					
RIESGOS DEL CARGO					
RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO		ALTO
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA:					

OBSERVACIONES:	
- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.	
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.	
Elaboró: _____	Revisó: _____
Fecha: _____	Fecha: _____

Cuadro 64. Manual de Funciones de la Recepcionista

 <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>	ELABORÓ:	
	REVISÓ:	
	APROBÓ:	
	PÁGINA:	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del Cargo: RECEPCIONISTA		
Nivel Funcional: Asistencial.	Código:	
Jefe Inmediato: Administrador	Dependencia: ADMINISTRACIÓN	
Naturaleza del Cargo: Ordinario	N° de Cargos: 3	
Horario:	Edad Sugerida:	
II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Servir de apoyo en la recepción del hotel, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acordes con los objetivos de su jefe inmediato y la empresa. Atención de huéspedes, recepción de llamadas, solicitudes y registro de clientes.		
Personal a Cargo		
Nivel	Cargos que le reportan	Número de Personas
	Ninguno	
III. FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos. ➤ Cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales del hotel. ➤ Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella. ➤ Contribuir con la eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se 		

<p>encuentre comprometido</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir y atender a los clientes. ➤ Mantener stock mínimo de existencias de papelería indispensable para el buen desempeño. ➤ Atender amablemente al huésped que lo requiere ➤ Manejar con responsabilidad y confiabilidad los recursos económicos que puedan llegar a manejar en la prestación del servicio. ➤ Velar por la custodia ➤ Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes. ➤ Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el hotel. ➤ Elaboración y registro de la información de los huéspedes al ingresar a las instalaciones del hotel. ➤ Realizar las facturas del servicio del hotel y demás consumo de los huéspedes. ➤ Velar por la custodia de los documentos entregados por el hotel para la realización del servicio <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</p>	
IV.PERFIL REQUERIDO	
Educación (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
Secretaria General con C.A.P DEL SENA.	Dos años como mínimo en cargos similares.
Período de Adaptación.	Dos meses.
Competencias	
ADMINISTRATIVAS	Comunicación efectiva oral y escrita, responsable y atenta.
LABORALES	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
HUMANAS	Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia a los clientes.
V.ANÁLISIS DEL CARGO	
DE RESPONSABILIDAD	POR SUPERVISIÓN: Hacer auto-inspección, revisar el servicio prestado evitando inconformidades en la atención a clientes y en la coordinación con las labores de la Auxiliar de Servicios Generales. El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica.
	POR CONTACTO: Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de la información confidencial de la empresa.
	POR PROCESOS: Responde por la información sobre citaciones, reuniones de los asociados, administrador, demás empleados y las que deban darse al público en general. Responde por los recursos de caja menor. Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio.

	<p>Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio.</p> <p>POR MATERIALES: Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos y muebles asignados.</p> <p>POR MANEJO AL SERVICIO: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.</p>					
DE ESFUERZO	<p>MENTAL: Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.</p> <p>VISUAL: Esfuerzo visual permanente en la preparación de la correspondencia, preparación de la caja menor y manejo de computadores.</p> <p>FÍSICO: Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>					
DE HABILIDAD	<p>INTELLECTUAL E INICIATIVA: Requiere habilidad intelectual e iniciativa en la ejecución de cartas e informes, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.</p> <p>MANUAL: El cargo requiere un grado medio de precisión manual en la realización de sus actividades diarias y en el manejo de la documentación propia de la empresa.</p>					
VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.						
CONDICIONES AMBIENTALES						
FACTOR	NIVEL		FACTOR	NIVEL		
ILUMINACIÓN	N		POLVO	N		
FRÍO	N		VENTILACIÓN	N		
CALOR	N		OLORES	N		
HÚMEDAD	N		SUCIEDAD	N		
RUIDO	N					
OTROS						
RIESGOS DEL CARGO						
RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO		ALTO	
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE	
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA:						

OBSERVACIONES:	
- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.	
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.	
Elaboró: _____	Revisó: _____
Fecha: _____	Fecha: _____

Cuadro 65. Manual de Funciones Auxiliar de Servicios Generales

 <p>"Paraiso de descanso y diversión"</p>	MANUAL DE FUNCIONES	ELABORÓ:
		REVISÓ:
		APROBÓ:
		PÁGINA:
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del Cargo: AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS.		
Nivel Funcional: Operativo	Código:	
Jefe Inmediato: Administrador	Dependencia: ADMINISTRACION	
Naturaleza del Cargo: Ordinario	N° de Cargos: 4	
Horario:	Edad Sugerida:	
II. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Asear para mantener en condiciones óptima de limpieza y desinfección las instalaciones del Hotel Campestre, así como distribuir material de aseo, utilizando los equipos y materiales correspondientes.		
Personal a Cargo		
Nivel	Cargos que le reportan	Número de Personas
	Ninguno	
III. FUNCIONES		
➤ Realizar labores de aseo y desinfección, tales como: limpieza, aspersion, descontaminación en las diferentes áreas de la empresa, habitaciones, utensilios de trabajo, baños, ventanas, puertas, y		

oficina.

- Organizar y atender los servicios de cafetería, preparar y servir tinto, servir agua.
- Solicitar los utensilios, elementos para la realización de sus labores.
- Utilizar adecuadamente los diferentes desinfectantes, en las proporciones y concentraciones fijadas por el plan de saneamiento de la empresa y autoridades sanitarias.
- Realizar de manera eficiente las labores de recolección, conducción, manejo, almacenamiento interno, clasificación, transporte y disposición de los desechos sólidos (basuras), con el propósito de evitar la contaminación, o el deterioro del medio ambiente.
- Cumplir con la misión, visión, los principios y valores organizaciones del hotel.
- Contribuir con la eficacia, eficiencia, y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometida.
- Cumplir con las políticas, normas, reglamentos y procedimientos vigentes en el hotel.


Otras labores que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con su labor.

IV.PERFIL REQUERIDO	
Educación (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
Bachiller	Dos años como mínimo en cargos similares.
Período de Adaptación.	Dos meses.
Competencias	
ADMINISTRATIVAS	Comunicación efectiva oral y escrita. Servicial y atenta.
LABORALES	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
HUMANAS	Relaciones humanas, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia.
V.ANÁLISIS DEL CARGO	
DE RESPONSABILIDAD	POR SUPERVISIÓN: El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica. No ejerce supervisión.
	POR CONTACTO: Para dar y recibir información de personas internas de la empresa.
	POR PROCESOS: No interviene en procesos directos de prestación del servicio.
	POR MATERIALES: Es responsable con carácter constante por el uso de materiales, equipos y herramientas tales como: guantes, detergentes, baldes, mangueras, escobas, traperos, paños, ceras material de cristalería, nevera, cloro, pulidora, aspiradora, cepillo, escaleras, escobillón, hornos de esterilización, entre otros y del mantenimiento de los equipos y herramientas de manera indirecta y con carácter periódico.

	POR MANEJO AL SERVICIO: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.					
DE ESFUERZO	MENTAL: Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.					
	VISUAL: Esfuerzo visual permanente en las labores propias de su cargo. Requiere un grado bajo de esfuerzo visual.					
	FISICO: El cargo amerita un esfuerzo físico de trabajar parado constantemente, caminar periódicamente y transportar pesos esporádicamente.					
DE HABILIDAD	INTELLECTUAL E INICIATIVA: Requiere iniciativa para seguir instrucciones orales y escritas. Establecer relaciones interpersonales.					
	MANUAL: En el manejo y uso de herramientas y equipos utilizados para el mantenimiento y aseo de las instalaciones. El cargo requiere un grado bajo de habilidad manual.					
VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.						
CONDICIONES AMBIENTALES						
FACTOR	NIVEL		FACTOR	NIVEL		
ILUMINACIÓN	N		POLVO	N		
FRÍO	N		VENTILACIÓN	N		
CALOR	N		OLORES	N		
HÚMEDAD	N		SUCIEDAD	N		
RUIDO	N					
OTROS						
RIESGOS DEL CARGO						
RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO		ALTO	
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE	
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA:						
OBSERVACIONES:						
- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.						
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.						

<p>Elaboró: _____</p> <p>Fecha: _____</p>	<p>Revisó: _____</p> <p>Fecha: _____</p>
---------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------

Cuadro 66. Manual de funciones de Portero- Botones

 <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>	ELABORO:	
	REVISÓ:	
	APROBO:	
	PAGINA:	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del Cargo: PORTERO- BOTONES		
Nivel Funcional: Operativo	Código:	
Jefe Inmediato: Administrador	Dependencia: ADMINISTRACION	
Naturaleza del Cargo: Ordinario	N° de Cargos: 3	
Horario:	Edad Sugerida:	
II.DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Realizar las actividades necesarias para la prestación de los servicios de portería y atención al huésped dentro de las instalaciones del hotel, traslado de equipajes a las habitaciones, y la recepción en la entrada de los clientes.		
Personal a Cargo		
Nivel	Cargos que le reportan	Número de Personas
	Ninguno	
III.FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir a la llegada los clientes y colaborar con el traslado del equipaje al interior del hotel. ➤ Solicitar los utensilios, elementos para la realización de sus labores. ➤ Cumplir con la misión, visión, los principios y valores organizaciones del hotel. ➤ Contribuir con la eficacia, eficiencia, y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometida. ➤ Cumplir con las políticas, normas, reglamentos y procedimientos vigentes en el hotel. ➤ Atención, servicio y asesoría al huésped ➤ Responder por los equipos que tienen a su disposición para el desarrollo de sus actividades. 		
Otras labores que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con su labor.		

IV.PERFIL REQUERIDO	
Educación (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral/Adiestramiento.
Bachiller	Dos años como mínimo en cargos similares.
Período de Adaptación.	Dos meses.
Competencias	
ADMINISTRATIVAS	Comunicación efectiva oral y escrita. Servicial y atenta.
LABORALES	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo, puntualidad y asistencia.
HUMANAS	Relaciones humanas, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal y tolerancia.
V.ANÁLISIS DEL CARGO	
DE RESPONSABILIDAD	POR SUPERVISIÓN: El cargo recibe supervisión general, de manera directa y periódica. No ejerce supervisión.
	POR CONTACTO: Para dar y recibir información de personas internas de la empresa.
	POR PROCESOS: No interviene en procesos directos de prestación del servicio.
	POR MATERIALES: Es responsable con carácter constante por las herramientas de trabajo.
	POR MANEJO AL SERVICIO: Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.
DE ESFUERZO	MENTAL: Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.
	VISUAL: Esfuerzo visual permanente en las labores propias de su cargo. Requiere un grado bajo de esfuerzo visual.
	FÍSICO: El cargo amerita un esfuerzo físico de trabajar parado constantemente, caminar periódicamente y transportar pesos esporádicamente.
DE HABILIDAD	INTELLECTUAL E INICIATIVA: Requiere iniciativa para seguir instrucciones orales y escritas. Establecer relaciones interpersonales.
	MANUAL: En el manejo y uso de herramientas y equipos utilizados para el mantenimiento y aseo de las instalaciones. El cargo requiere un grado bajo de habilidad

		manual.				
VI.CONDICIONES AMBIENTALES Y RIESGO DEL CARGO.						
CONDICIONES AMBIENTALES						
FACTOR	NIVEL		FACTOR	NIVEL		
ILUMINACIÓN	N		POLVO	N		
FRÍO	N		VENTILACIÓN	N		
CALOR	N		OLORES	N		
HÚMEDAD	N		SUCIEDAD	N		
RUIDO	N					
OTROS						
RIESGOS DEL CARGO						
RIESGO DE ACCIDENTE	BAJO	X	MEDIO		ALTO	
GRAVEDAD DE LESIÓN	SUAVE	X	MEDIANO		GRAVE	
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAYOR RIESGO LE REPRESENTA:						
OBSERVACIONES:						
- Excelente trato humano y magnífica relaciones interpersonales.						
- Carencia de antecedentes penales y policíacos.						

Elaboró: _____			Revisó: _____			
Fecha: _____			Fecha: _____			

La descripción del cargo proporciona información que posibilita la realización de procesos de selección más ágiles ya que dicha información contiene el perfil ideal para el cargo; lo que permite tener un criterio más profundo para la realización de

procesos de inducción, capacitación, salud ocupacional, planes de carreras y sucesión.

Se recomienda mantener una constante actualización de las funciones del cargo de acuerdo a los cambios estructurales que sufra la empresa con el fin de evitar la obsolescencia. Además dar continuidad al proceso de evaluación de cargos en las diferentes dependencias de la empresa.

Debido a que la empresa no necesita un contador interno por ser mediana, se procederá a contratar mediante la figura de contratación prestación de servicios un contador externo (es aquel contador que tiene su propia oficina contable y atiende a la vez a varias pequeñas y medianas empresas). Su función será de llevar el control de todos los aspectos contables del negocio y deberá coordinar con el Gerente y la Secretaria el orden de los mismos.

4.3.3 Asignación salarial

Las compensaciones laborales se determina de acuerdo al cargo creado para la prestación del servicio del Hotel Campestre Country Resort, cuyos cargos se dividen de acuerdo a la naturaleza de las actividades a desarrollar, área organizacional del hotel, siendo clasificados en directivos, administrativos y operativos, cuyo horario laboral será de ocho (8) horas diarias.

Cuadro 67. Estructura salarial Hotel Campestre Country Resort

Cargo	Tipo de Contrato	Cant	Salario	Auxilio Transporte	Prestaciones Sociales	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	Nómina	1	\$1.500.000		\$882.825	\$2.382.825	\$28.593.900
Secretaria – Aux. contable	Nómina	1	\$700.000	\$70.500	\$453.478	\$1.223.978	\$14.687.733
Recepcionistas	Nómina	3	\$600.000	\$70.500	\$394.623	\$3.195.368	\$38.344.420
Aux. de servicios Generales	Nómina	4	\$750.000	\$70.500	\$482.905	\$5.213.621	\$62.563.453
Portero-Botones	Nómina	3	\$650.000	\$70.500	\$424.050	\$3.433.651	\$41.203.810
Contador Público	Honorarios	1	\$250.000				
TOTAL		13				\$15.449.443	\$185.393.316

La empresa Hotel Campestre Country Resort define entre su política de contratación para el desarrollo de actividades y cumplimiento de la Misión organizacional su estructura salarial con base en el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV) para el año 2013 (\$589.500). Todos los empleados (excepto el

Administrador y el Contador) recibirán dotación tres (3) veces al año, como lo exige la ley. Las prestaciones sociales se pagaran de conformidad con la ley 100.

Si en temporadas altas (fines de semana, lunes festivos, épocas de vacaciones de mitad y fin de año) se justifica y es necesario se contratará una persona cuyo cargo será como auxiliar de servicios generales con el fin de reforzar las labores a realizar por el personal de planta para tal fin, con el propósito de prestar de manera oportuna y adecuada un servicio con alta calidad para el cliente.

La base para liquidar aportes y seguridad social se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 68. Prestaciones sociales

Ítem	Porcentaje
Cesantías	8,33%
Intereses de cesantías	1,00%
Vacaciones	4,17%
Prima	8,33%
Parafiscales	9,00%
Salud y Pensión	20,50%
Riesgos Profesionales, clase Mínima	0,52%
Dotación	7,00%
Factor prestacional	58,86%

Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

Cuadro 69. Seguridad Social

Componentes	Porcentaje
Salud	TOTAL 12,5 % 8,5% Asumido por el empleador 4% Asumido por el trabajador
Pensión	TOTAL 16% 12% Asumido el empleador 4% Asumido el trabajador
Riesgos Profesionales	Se calcula de acuerdo con los niveles de riesgo y los asume el empleador 0,522%
Total asume el empleador	20,5%+ 0,522% = 21,022%
Total asume el empleado	8%

Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

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

4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

Este estudio administrativo proporcionó las herramientas necesarias que sirven para llevar a cabo el funcionamiento de una empresa, permitió definir el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

Se definieron algunos aspectos que conforman la filosofía de la empresa como la visión la cual permite identificar hacia dónde va y con ello le da certidumbre a la empresa y a sus líderes para establecer los nuevos retos, la misión que permite identificar el propósito de la organización, más la exigencia social, una clara misión sirve de fundamento a la toma de decisiones; y objetivos, que llevan al logro de los resultados.

Establecer la estructura funcional de la empresa permite enfrentar y estar acorde con la evolución de los mercados actuales y las exigencias de la sociedad. Una vez que se establecen los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad permitirá a la empresa alcanzar las metas, llevar a cabo los planes y hacer posible que las personas trabajen efectivamente. Los puestos de trabajo estarán conformados por un administrador, un contador, una secretaria- auxiliar contable, tres recepcionistas, cuatro auxiliares de servicios generales y tres porteros-botones, quienes deberán conservar el respeto, la ética profesional y el trabajo en equipo.

Finalmente, se muestran otros aspectos tales como los requisitos necesarios para la creación, constitución y legalización de la empresa que se deben tener en cuenta para iniciar sus operaciones, las políticas de personal para su reclutamiento, contratación, capacitación y selección a un costo adecuado. Esta selección también debe permitir la realización del trabajador en el desempeño de su puesto, así como el desarrollo de sus habilidades potenciales a fin de hacerlo más satisfactorio así mismo y a la comunidad en que se desenvuelve para

contribuir con ello a los propósitos de la empresa, selección, algunas políticas de compras y de ventas y se fijó una estructura a fin de establecer gastos de administración.

Por tanto se considera que este estudio es viable en la medida en que los cargos, los perfiles, las funciones y las respectivas asignaciones salariales del talento humano son proporcionales al tipo de empresa que se desea crear sin exceder en gastos, además está definida claramente la filosofía de la empresa para entrar a satisfacer un mercado y cumplir con las expectativas de los clientes.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Para la empresa HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT las inversiones están constituidas por el conjunto de erogaciones o 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 en la empresa comprende tres categorías, así: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

5.1.1 Inversión fija

5.1.1.1 Terrenos. Lugar donde se ubicará el HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT, el terreno tiene un área total de 30.000 metros², se encuentra ubicado en la vereda la Gómez, sobre la vía panamericana y la entrada al casco urbano del municipio de Sabana de Torres, punto estratégicamente seleccionado al ser una esquina de gran intercepción vehicular de carga y turística. El precio por has es de \$60.000.000.

Cuadro 70. Terrenos.

Detalle	Cantidad de hectáreas	Valor por hectárea	Valor Total
Terreno	3	\$60.000.000	\$180.000.000
Total			\$180.000.000

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 12.342 metros² y quedará un área de expansión de 17.658 metros². Se anexa presupuesto de la obra.

Cuadro 71. Construcciones y edificaciones.

Detalle	Valor por metro ²	Valor Total
Construcción	\$216.131,9073	\$2.667.500.000
Total		\$2.667.500.000

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

Cuadro 72. Maquinaria y equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tv 50" plasma L.G	1	\$ 1.449.899	\$ 1.449.899
Tv 32" LCD Daewoo	40	\$ 631.556	\$ 25.262.240
Teléfono Panasonic	40	\$ 84.036	\$ 3.361.440
Lavadora Whirlpool 1300 YM	1	\$ 974.225	\$ 974.225
Plancha Industrial de presión a vapor	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Nevera Mabe	1	\$ 1.039.833	\$ 1.039.833
Greca Electrica	1	\$ 140.000	\$ 140.000
Aire acondicionado integrago (Auditorio)	1	\$ 35.000.000	\$ 35.000.000
Aire acondicionado mini split L.G	40	\$ 756.690	\$ 30.267.600
TOTAL			\$ 98.795.237

Fuente: Hogar Coomultrasan, Multigangas, Frio y Calor S.A

5.1.1.4 Muebles y enseres. Son aquellos que se requiere para el hotel en cada habitación, recepción y cafetería

Cuadro 73. Muebles y enseres.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de Sala de espera en Rattan	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Cuadro oficina y recepción	2	\$ 142.878	\$ 285.756
Atril (Auditorio)	2	\$ 450.000	\$ 900.000
Sillas (Auditorio)	300	\$ 60.000	\$ 18.000.000
Somier doble con colchòn ortopèdico	40	\$ 540.000	\$ 21.600.000
Somier sencillo con colchon	20	\$ 400.000	\$ 8.000.000
Camarote	10	\$ 883.920	\$ 8.839.200
Colchones Sencilos semiortopedicos	20	\$ 200.000	\$ 4.000.000
Mesas de noche	70	\$ 168.200	\$ 11.774.000
Silla Auxiliar	40	\$ 94.656	\$ 3.786.240
Mesa Auxiliar	40	\$ 182.222	\$ 7.288.880
Espejo marco de madera	40	\$ 116.000	\$ 4.640.000
Closet en madera	40	\$ 676.667	\$ 27.066.680
Mesa para planchar	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Estante en madera para acomodar ropa	2	\$ 1.018.222	\$ 2.036.444
Archivador de 4 cajones	1	\$ 773.952	\$ 773.952
Escritorio gerencia y silla	1	\$ 1.213.824	\$ 1.213.824
Nevera lcasa 209 Litros	40	\$ 443.510	\$ 17.740.400
Cajillas de seguridad	40	\$ 150.000	\$ 6.000.000
Radio Reloj digital Sony	40	\$ 28.000	\$ 1.120.000
Extintores multiproposito	15	\$ 39.000	\$ 585.000
Botiquin	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Señalización	40	\$ 10.000	\$ 400.000
Punto ecològico	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Canecas para aseo	2	\$ 180.000	\$ 360.000
Juego de posillo de plato	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Bandejas	4	\$ 35.000	\$ 140.000
Mesa Rimax	1	\$ 85.000	\$ 85.000
Recipientes para azúcar, café y aromatica	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Escritorio secretaria y silla	1	\$ 1.017.831	\$ 1.017.831
TOTAL			\$ 151.873.207

Fuente: Hogar Coomultrasan, Cristaleria Tropical, Multigangas y cotizaciones varias.

5.1.1.5 Equipo de oficina. Es el equipo que necesita el Gerente y la Recepcionista para sus actividades de oficina y recepción

Cuadro 74. Equipo de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio completo	1	\$ 2.477.400	\$ 2.477.400
Computador portátil Toshiba	1	\$ 1.498.000	\$ 1.498.000
Conmutador para 40 extensiones Panasonic	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Calculadora Electrónica Cassio	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Kit de cámaras de seguridad de alta gama (4)	2	\$ 950.000	\$ 1.900.000
Teléfono inalámbrico	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Telefax Panasonic KX FT - 50	1	\$ 254.905	\$ 254.905
TOTAL			\$ 6.660.305

Fuente: Hogar Coomultasan, Cristalería Tropical, Multigangas y cotizaciones varias.

5.1.1.6 Lencería. Son aquellas que se utilizan para la prestación directa del servicio y lograr una satisfacción total del cliente. La vida útil de estos artículos es de aproximadamente 2 años y medio por lo tanto se hace una proyección para tener inventario de lencería para los 5 primeros años de operación del hotel. Dentro del costo no se tuvo en cuenta las almohadas ya que estas serían proporcionadas gratuitamente por la comprar de los somieres.

Cuadro 75. Lencería

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sábanas Dobles	100	\$ 45.000	\$ 4.500.000
Sábanas sencillas	120	\$ 35.000	\$ 4.200.000
Toallas de cuerpo	300	\$ 15.000	\$ 4.500.000
Toallas de manos	300	\$ 10.000	\$ 3.000.000
Cobijas	300	\$ 25.000	\$ 7.500.000
Cortinas	80	\$ 40.000	\$ 3.200.000
Papeleras plásticas	80	\$ 5.000	\$ 400.000
Vasos de cristal	72	\$ 4.000	\$ 288.000
Jarras de cristal	48	\$ 12.000	\$ 576.000
TOTAL			\$ 28.164.000

Fuente: Cristalería Tropical

5.1.1.7 Total inversión fija. Se totaliza los activos determinados anteriormente para la puesta en marcha del Hotel Campestre Country Resort.

Cuadro 76. Total inversión fija

CONCEPTO		VALOR
Construcciones - Adecuaciones	Cuadro 71	\$ 2.847.500.000
Maquinaria y Equipos	Cuadro 72	\$ 98.795.237
Lencería	Cuadro 75	\$ 28.164.000
Muebles y enseres	Cuadro 73	\$ 151.873.207
Equipos de oficina	Cuadro 74	\$ 6.660.305
TOTAL		\$ 3.132.992.749

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 como se observa en el siguiente cuadro.

Cuadro 77. Inversión diferida.

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 2.500.000
Varios de Construcción (licencia, Registros y Legalización Construcción (Regitro)	\$ 43.197.000
Escritura de Constitución	\$ 1.200.000
Registro de libros y documentos	\$ 850.000
Software contable	\$ 3.000.000
Registro mercantil (escritura y boleta fiscal)	\$ 50.139.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 29.577.000
TOTAL	\$ 152.963.000
Valor Amortización Anual (Por diez años)	\$ 15.296.300

Fuente: Cuadro 45, Notaria única de Sabana de Torres, Cámara de Comercio de Barrancabermeja, Planeación municipal de Sabana de Torres.

5.1.3. Inversión capital de trabajo. Para la operación normal de la empresa HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT, 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.

5.1.3.1.1 Materias primas. No se requiere materias primas por la naturaleza del servicio de hospedaje.

5.1.3.1.2 Mano de obra directa. Son las personas que deben atender a los turistas en recepción, habitaciones y demás áreas del hotel.

Cuadro 78. Mano de obra directa

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	DE TRANSPOR	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Recepcionistas	3	\$ 600.000	\$ 70.500	\$ 394.623	\$ 1.065.123	\$ 3.195.368	\$ 38.344.420
servicios Generales	4	\$ 750.000	\$ 70.500	\$ 482.905	\$ 1.303.405	\$ 5.213.621	\$ 62.563.453
Portero Botones	3	\$ 650.000	\$ 70.500	\$ 424.050	\$ 1.144.550	\$ 3.433.651	\$ 41.203.810
TOTAL	3					\$ 11.842.640	\$ 142.111.683

5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestación del servicio. Se consideran los siguiente necesarios para las actividades del Hotel Campestre Country Resort.

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 prestación de 20 años

Cuadro 79. Depreciación

ÍTEM	VALOR	TIEMPO A DEPRECIAR	VALOR DE SALVAMENTO	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Construcciones - Adecuaciones Cuadro 71	\$ 2.667.500.000	20	\$ 1.333.750.000	\$ 1.333.750.000	\$ 11.114.583	\$ 133.375.000
Equipos Cuadro 72	\$ 98.795.237	10	\$ -	\$ 98.795.237	\$ 823.294	\$ 9.879.524
Lencería (Dotación Habitaciones) Cuadro 75	\$ 28.164.000	5	\$ -	\$ 28.164.000	\$ 469.400	\$ 5.632.800
Muebles y enseres Cuadro 73	\$ 151.873.207	10	\$ -	\$ 151.873.207	\$ 1.265.610	\$ 15.187.321
Equipos de oficina Cuadro 74	\$ 6.660.305	5	\$ -	\$ 6.660.305	\$ 111.005	\$ 1.332.061
TOTAL				\$ 1.619.242.749	\$ 13.783.892	\$ 165.406.705

El valor de la depreciación mensual será de \$13.783.892, la depreciación se realizó en línea recta y aunque la Lencería (dotación de habitaciones) no se deprecia se ha tomado como tal ya que éstos representan un valor considerable y

esta inversión debe ser recuperada, de igual forma se hizo una provisión cuyo uso alcanzará para 5 años.

- Mano de obra indirecta. Solamente se considera como mano de obra indirecta en la prestación del servicio de hospedaje el Administrador del Hotel.

Cuadro 80. Mano de obra indirecta

Cargo	Salario	Prestaciones Sociales	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	\$1.500.000	\$882.825	\$2.382.825	\$28.593.900

- Insumos indirectos. Los insumos considerados son los empleados para realizar el aseo y demás elementos de oficina

Cuadro 81. Insumos indirectos

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR MES	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Jabón Detergente (aseo y lavandería)	Kilo	80	\$ 2.800	\$ 224.000,00	\$ 2.688.000,00
Desinfectante	Litros	60	\$ 2.100	\$ 126.000,00	\$ 1.512.000,00
Cera para pisos	Litros	60	\$ 8.300	\$ 498.000,00	\$ 5.976.000,00
Bolsas de Aseo	Unidad	90	\$ 350	\$ 31.500,00	\$ 378.000,00
Guantes Industriales	(pares)	18	\$ 5.500	\$ 99.000,00	\$ 1.188.000,00
Papel Higiénico	Unidad	1.200	\$ 1.100	\$ 1.320.000,00	\$ 15.840.000,00
kit Aseo (escobas, traperos, cepillos,)	kit	6	\$ 25.000	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Jabón Baño	Unidad	2.400	\$ 250	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
TOTAL				\$ 3.048.500,00	\$ 36.582.000,00

Fuente: CAJASAN Supermercado Sabana de Torres, Supermercado J.J.

- Otros CIPS. Se consideran los mantenimientos y reparaciones de las máquinas y equipos empleados en la prestación del servicio; se consideran las depreciaciones, seguros, servicios e insumos indirectos.

Cuadro 82. Otros Costos Indirectos

ÍTEM		VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	5%	\$ 411.647	\$ 4.939.762
Seguros	1%	\$ 2.428.954	\$ 29.147.444
Depreciación Construcciones- Adecuaciones		\$ 11.114.583	\$ 133.375.000
Depreciación Muebles y enseres (93,36%)		\$ 1.219.542	\$ 14.634.502
Depreciación Maquinaria y Equipos	Cuadro 79	\$ 823.294	\$ 9.879.524
Depreciación Lencería	Cuadro 79	\$ 469.400	\$ 5.632.800
Servicios	Cuadro 84	\$ 5.634.000	\$ 67.608.000
Insumos Indirectos	Cuadro 82	\$ 3.048.500	\$ 36.582.000
TOTAL		\$ 25.149.919	\$ 301.799.031

Para el cálculo del valor de servicios públicos se prorrateo el porcentaje en la parte operativa y administrativa así:

Cuadro 83. Prorrateo de Costo y Gastos

SERVICIOS PÚBLICOS Y ARRENDAMIENTOS	PORCENTAJES DE PRORRATEO	
	OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
Gas	90,00%	10,00%
Agua	80,00%	20,00%
Energía	85,00%	15,00%
Teléfono, Internet Banda ancha y Televisión	10,00%	90,00%

- Total CIPS. El valor total de los costos indirectos de prestación del servicio se obtienen al sumar depreciación, mano de obra indirecta, insumos indirectos y otros CIPS, así:

Cuadro 84. Total Costos Indirectos de Prestación del Servicio CIPS

Detalle	Valor mensual	valor anual
Depreciación	\$ 13.783.892	\$ 165.406.705
Mano de obra indirecta	\$ 2.382.825	\$ 28.593.900
Insumos indirectos	\$ 3.048.500	\$ 36.582.000
Otros costos indirectos	\$ 25.149.919	\$ 301.799.031
TOTAL	\$ 44.365.136	\$ 532.381.636

5.1.3.1.4 Total costos de prestación del servicio. Totalizando los cuadros se tienen:

Cuadro 85. Total costos de prestación del servicio CPS

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD Cuadro 78	\$ 11.842.640	\$ 142.111.683
Costos Indirectos de prestación servicio Cuadro 82	\$ 25.149.919	\$ 301.799.031
TOTAL	\$ 36.992.560	\$ 443.910.714

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Se consideran los siguientes.

Cuadro 86. Gastos de Administración y venta

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	TRANSPORTE	PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Administrador	1	\$ 1.500.000	\$ -	\$ 882.825	\$ 2.382.825	\$ 2.382.825	\$ 28.593.900
Secretaria Auxiliar contable	1	\$ 700.000	\$ 70.500	\$ 453.478	\$ 1.223.978	\$ 1.223.978	\$ 14.687.733
TOTAL	2	\$ 2.200.000	\$ 70.500	\$ 1.336.303	\$ 3.606.803	\$ 3.606.803	\$ 43.281.633

5.1.3.3 Gastos financieros. Los gastos financieros son los desembolsos en efectivo que la nueva empresa debe asumir por concepto del crédito bancario destinado a financiar parte de la inversión del proyecto.

Cuadro 87. Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS		VALOR MES
Monto de Intereses mes 1	Cuadro 90	\$ 21.000.000
Monto de intereses mes 2	Cuadro 90	\$ 20.911.882
monto de intereses mes 3	Cuadro 90	\$ 20.822.840

5.1.3.4 Total capital de trabajo. La inversión de capital de trabajo para el Hotel Campestre Country Resort corresponde al efectivo necesario para cubrir el primer mes la actividad, este valor es \$72.966.801 como se observa a continuación.

Cuadro 88. Total capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Costos de Prestación del servicio	Cuadro 85	\$ 36.992.560	\$ 36.992.560
Gastos de Administración y Ventas	Cuadro 85	\$ 14.974.241	\$ 14.974.241
Gastos Financieros	Cuadro 90	\$ 21.000.000	\$ 21.000.000
Gravamen del 4 x 1.000		\$ 404.122	\$ 1.212.365
TOTAL		\$ 72.966.801	\$ 72.966.801

5.1.4 Inversión total. En este rubro se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo.

Cuadro 89. Inversión total

INVERSIÓN TOTAL		VALOR
Inversión Fija	Cuadro 76	\$ 3.132.992.749
Inversión Diferida	Cuadro 77	\$ 152.963.000
Inversión en Capital de Trabajo	Cuadro 88	\$ 72.966.801
TOTAL		\$ 3.358.922.550

5.1.5 Fuentes de financiación. La empresa Hotel Campestre Country Resort cuenta con las siguientes fuentes financieras.

- a. **Recursos propios.** Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de \$1.358.922.550 estos corresponden al 40.46% de la inversión total, los cuales se conseguirán de inversionistas e interesados en el sector turismo; igualmente se tendrán en cuenta familiares y amigos de la región que han visto la necesidad, oportunidad y el interés de este proyecto y tienen los recursos necesarios para invertir, pues son personas que se dedican a actividades como la agricultura y la ganadería a gran escala. Por lo tanto a pesar de ser un monto considerable existen recursos y el respaldo para llevarlo a cabo.

- b. **Recursos de terceros.** Para obtener el 59.54% restante requerido para satisfacer los costos de prestación del servicio y los gastos de operación inicial, se va a recurrir a un préstamo diligenciado ante la entidad financiera Bancolombia a una tasa 1.05% mes vencido (13.35% E.A) y a un plazo de 120 meses. La cuota fija para cancelar el préstamo queda en \$29.392.149,34 al mes.

Cuadro 90. Amortización del crédito

CUOTA	PAGO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
0				\$ 2.000.000.000,00
1	\$ 29.392.149,34	\$ 21.000.000,00	\$ 8.392.149,34	\$ 1.991.607.850,66
2	\$ 29.392.149,34	\$ 20.911.882,43	\$ 8.480.266,90	\$ 1.983.127.583,76
3	\$ 29.392.149,34	\$ 20.822.839,63	\$ 8.569.309,71	\$ 1.974.558.274,06
4	\$ 29.392.149,34	\$ 20.732.861,88	\$ 8.659.287,46	\$ 1.965.898.986,60
5	\$ 29.392.149,34	\$ 20.641.939,36	\$ 8.750.209,98	\$ 1.957.148.776,62
6	\$ 29.392.149,34	\$ 20.550.062,15	\$ 8.842.087,18	\$ 1.948.306.689,44
7	\$ 29.392.149,34	\$ 20.457.220,24	\$ 8.934.929,10	\$ 1.939.371.760,35
8	\$ 29.392.149,34	\$ 20.363.403,48	\$ 9.028.745,85	\$ 1.930.343.014,49
9	\$ 29.392.149,34	\$ 20.268.601,65	\$ 9.123.547,68	\$ 1.921.219.466,81
10	\$ 29.392.149,34	\$ 20.172.804,40	\$ 9.219.344,93	\$ 1.912.000.121,88
11	\$ 29.392.149,34	\$ 20.076.001,28	\$ 9.316.148,06	\$ 1.902.683.973,82
12	\$ 29.392.149,34	\$ 19.978.181,73	\$ 9.413.967,61	\$ 1.893.270.006,21
13	\$ 29.392.149,34	\$ 19.879.335,07	\$ 9.512.814,27	\$ 1.883.757.191,94
14	\$ 29.392.149,34	\$ 19.779.450,52	\$ 9.612.698,82	\$ 1.874.144.493,12
15	\$ 29.392.149,34	\$ 19.678.517,18	\$ 9.713.632,16	\$ 1.864.430.860,96
16	\$ 29.392.149,34	\$ 19.576.524,04	\$ 9.815.625,30	\$ 1.854.615.235,67
17	\$ 29.392.149,34	\$ 19.473.459,97	\$ 9.918.689,36	\$ 1.844.696.546,31
18	\$ 29.392.149,34	\$ 19.369.313,74	\$ 10.022.835,60	\$ 1.834.673.710,71
19	\$ 29.392.149,34	\$ 19.264.073,96	\$ 10.128.075,37	\$ 1.824.545.635,34
20	\$ 29.392.149,34	\$ 19.157.729,17	\$ 10.234.420,16	\$ 1.814.311.215,17
21	\$ 29.392.149,34	\$ 19.050.267,76	\$ 10.341.881,58	\$ 1.803.969.333,60
22	\$ 29.392.149,34	\$ 18.941.678,00	\$ 10.450.471,33	\$ 1.793.518.862,26
23	\$ 29.392.149,34	\$ 18.831.948,05	\$ 10.560.201,28	\$ 1.782.958.660,98
24	\$ 29.392.149,34	\$ 18.721.065,94	\$ 10.671.083,39	\$ 1.772.287.577,59
25	\$ 29.392.149,34	\$ 18.609.019,56	\$ 10.783.129,77	\$ 1.761.504.447,82
26	\$ 29.392.149,34	\$ 18.495.796,70	\$ 10.896.352,63	\$ 1.750.608.095,18
27	\$ 29.392.149,34	\$ 18.381.385,00	\$ 11.010.764,34	\$ 1.739.597.330,85
28	\$ 29.392.149,34	\$ 18.265.771,97	\$ 11.126.377,36	\$ 1.728.470.953,49
29	\$ 29.392.149,34	\$ 18.148.945,01	\$ 11.243.204,32	\$ 1.717.227.749,16
30	\$ 29.392.149,34	\$ 18.030.891,37	\$ 11.361.257,97	\$ 1.705.866.491,19
31	\$ 29.392.149,34	\$ 17.911.598,16	\$ 11.480.551,18	\$ 1.694.385.940,02
32	\$ 29.392.149,34	\$ 17.791.052,37	\$ 11.601.096,97	\$ 1.682.784.843,05
33	\$ 29.392.149,34	\$ 17.669.240,85	\$ 11.722.908,48	\$ 1.671.061.934,57
34	\$ 29.392.149,34	\$ 17.546.150,31	\$ 11.845.999,02	\$ 1.659.215.935,55
35	\$ 29.392.149,34	\$ 17.421.767,32	\$ 11.970.382,01	\$ 1.647.245.553,53
36	\$ 29.392.149,34	\$ 17.296.078,31	\$ 12.096.071,02	\$ 1.635.149.482,51
37	\$ 29.392.149,34	\$ 17.169.069,57	\$ 12.223.079,77	\$ 1.622.926.402,74
38	\$ 29.392.149,34	\$ 17.040.727,23	\$ 12.351.422,11	\$ 1.610.574.980,64
39	\$ 29.392.149,34	\$ 16.911.037,30	\$ 12.481.112,04	\$ 1.598.093.868,60
40	\$ 29.392.149,34	\$ 16.779.985,62	\$ 12.612.163,71	\$ 1.585.481.704,88

Cuadro 90. Continuación

41	\$ 29.392.149,34	\$ 16.647.557,90	\$ 12.744.591,43	\$ 1.572.737.113,45
42	\$ 29.392.149,34	\$ 16.513.739,69	\$ 12.878.409,64	\$ 1.559.858.703,80
43	\$ 29.392.149,34	\$ 16.378.516,39	\$ 13.013.632,95	\$ 1.546.845.070,86
44	\$ 29.392.149,34	\$ 16.241.873,24	\$ 13.150.276,09	\$ 1.533.694.794,77
45	\$ 29.392.149,34	\$ 16.103.795,35	\$ 13.288.353,99	\$ 1.520.406.440,78
46	\$ 29.392.149,34	\$ 15.964.267,63	\$ 13.427.881,71	\$ 1.506.978.559,07
47	\$ 29.392.149,34	\$ 15.823.274,87	\$ 13.568.874,47	\$ 1.493.409.684,60
48	\$ 29.392.149,34	\$ 15.680.801,69	\$ 13.711.347,65	\$ 1.479.698.336,96
49	\$ 29.392.149,34	\$ 15.536.832,54	\$ 13.855.316,80	\$ 1.465.843.020,16
50	\$ 29.392.149,34	\$ 15.391.351,71	\$ 14.000.797,62	\$ 1.451.842.222,54
51	\$ 29.392.149,34	\$ 15.244.343,34	\$ 14.147.806,00	\$ 1.437.694.416,54
52	\$ 29.392.149,34	\$ 15.095.791,37	\$ 14.296.357,96	\$ 1.423.398.058,58
53	\$ 29.392.149,34	\$ 14.945.679,62	\$ 14.446.469,72	\$ 1.408.951.588,86
54	\$ 29.392.149,34	\$ 14.793.991,68	\$ 14.598.157,65	\$ 1.394.353.431,20
55	\$ 29.392.149,34	\$ 14.640.711,03	\$ 14.751.438,31	\$ 1.379.601.992,90
56	\$ 29.392.149,34	\$ 14.485.820,93	\$ 14.906.328,41	\$ 1.364.695.664,49
57	\$ 29.392.149,34	\$ 14.329.304,48	\$ 15.062.844,86	\$ 1.349.632.819,63
58	\$ 29.392.149,34	\$ 14.171.144,61	\$ 15.221.004,73	\$ 1.334.411.814,90
59	\$ 29.392.149,34	\$ 14.011.324,06	\$ 15.380.825,28	\$ 1.319.030.989,62
60	\$ 29.392.149,34	\$ 13.849.825,39	\$ 15.542.323,94	\$ 1.303.488.665,68
61	\$ 29.392.149,34	\$ 13.686.630,99	\$ 15.705.518,35	\$ 1.287.783.147,33
62	\$ 29.392.149,34	\$ 13.521.723,05	\$ 15.870.426,29	\$ 1.271.912.721,04
63	\$ 29.392.149,34	\$ 13.355.083,57	\$ 16.037.065,76	\$ 1.255.875.655,28
64	\$ 29.392.149,34	\$ 13.186.694,38	\$ 16.205.454,95	\$ 1.239.670.200,32
65	\$ 29.392.149,34	\$ 13.016.537,10	\$ 16.375.612,23	\$ 1.223.294.588,09
66	\$ 29.392.149,34	\$ 12.844.593,17	\$ 16.547.556,16	\$ 1.206.747.031,93
67	\$ 29.392.149,34	\$ 12.670.843,84	\$ 16.721.305,50	\$ 1.190.025.726,43
68	\$ 29.392.149,34	\$ 12.495.270,13	\$ 16.896.879,21	\$ 1.173.128.847,22
69	\$ 29.392.149,34	\$ 12.317.852,90	\$ 17.074.296,44	\$ 1.156.054.550,78
70	\$ 29.392.149,34	\$ 12.138.572,78	\$ 17.253.576,55	\$ 1.138.800.974,23
71	\$ 29.392.149,34	\$ 11.957.410,23	\$ 17.434.739,11	\$ 1.121.366.235,13
72	\$ 29.392.149,34	\$ 11.774.345,47	\$ 17.617.803,87	\$ 1.103.748.431,26
73	\$ 29.392.149,34	\$ 11.589.358,53	\$ 17.802.790,81	\$ 1.085.945.640,45
74	\$ 29.392.149,34	\$ 11.402.429,22	\$ 17.989.720,11	\$ 1.067.955.920,34
75	\$ 29.392.149,34	\$ 11.213.537,16	\$ 18.178.612,17	\$ 1.049.777.308,17
76	\$ 29.392.149,34	\$ 11.022.661,74	\$ 18.369.487,60	\$ 1.031.407.820,57
77	\$ 29.392.149,34	\$ 10.829.782,12	\$ 18.562.367,22	\$ 1.012.845.453,35
78	\$ 29.392.149,34	\$ 10.634.877,26	\$ 18.757.272,08	\$ 994.088.181,28
79	\$ 29.392.149,34	\$ 10.437.925,90	\$ 18.954.223,43	\$ 975.133.957,85
80	\$ 29.392.149,34	\$ 10.238.906,56	\$ 19.153.242,78	\$ 955.980.715,07

Cuadro 90. Continuación.

81	\$ 29.392.149,34	\$ 10.037.797,51	\$ 19.354.351,83	\$ 936.626.363,24
82	\$ 29.392.149,34	\$ 9.834.576,81	\$ 19.557.572,52	\$ 917.068.790,72
83	\$ 29.392.149,34	\$ 9.629.222,30	\$ 19.762.927,03	\$ 897.305.863,69
84	\$ 29.392.149,34	\$ 9.421.711,57	\$ 19.970.437,77	\$ 877.335.425,92
85	\$ 29.392.149,34	\$ 9.212.021,97	\$ 20.180.127,36	\$ 857.155.298,56
86	\$ 29.392.149,34	\$ 9.000.130,63	\$ 20.392.018,70	\$ 836.763.279,86
87	\$ 29.392.149,34	\$ 8.786.014,44	\$ 20.606.134,90	\$ 816.157.144,96
88	\$ 29.392.149,34	\$ 8.569.650,02	\$ 20.822.499,31	\$ 795.334.645,65
89	\$ 29.392.149,34	\$ 8.351.013,78	\$ 21.041.135,56	\$ 774.293.510,09
90	\$ 29.392.149,34	\$ 8.130.081,86	\$ 21.262.067,48	\$ 753.031.442,61
91	\$ 29.392.149,34	\$ 7.906.830,15	\$ 21.485.319,19	\$ 731.546.123,42
92	\$ 29.392.149,34	\$ 7.681.234,30	\$ 21.710.915,04	\$ 709.835.208,39
93	\$ 29.392.149,34	\$ 7.453.269,69	\$ 21.938.879,65	\$ 687.896.328,74
94	\$ 29.392.149,34	\$ 7.222.911,45	\$ 22.169.237,88	\$ 665.727.090,85
95	\$ 29.392.149,34	\$ 6.990.134,45	\$ 22.402.014,88	\$ 643.325.075,97
96	\$ 29.392.149,34	\$ 6.754.913,30	\$ 22.637.236,04	\$ 620.687.839,94
97	\$ 29.392.149,34	\$ 6.517.222,32	\$ 22.874.927,02	\$ 597.812.912,92
98	\$ 29.392.149,34	\$ 6.277.035,59	\$ 23.115.113,75	\$ 574.697.799,17
99	\$ 29.392.149,34	\$ 6.034.326,89	\$ 23.357.822,44	\$ 551.339.976,73
100	\$ 29.392.149,34	\$ 5.789.069,76	\$ 23.603.079,58	\$ 527.736.897,15
101	\$ 29.392.149,34	\$ 5.541.237,42	\$ 23.850.911,92	\$ 503.885.985,23
102	\$ 29.392.149,34	\$ 5.290.802,84	\$ 24.101.346,49	\$ 479.784.638,74
103	\$ 29.392.149,34	\$ 5.037.738,71	\$ 24.354.410,63	\$ 455.430.228,11
104	\$ 29.392.149,34	\$ 4.782.017,40	\$ 24.610.131,94	\$ 430.820.096,17
105	\$ 29.392.149,34	\$ 4.523.611,01	\$ 24.868.538,33	\$ 405.951.557,85
106	\$ 29.392.149,34	\$ 4.262.491,36	\$ 25.129.657,98	\$ 380.821.899,87
107	\$ 29.392.149,34	\$ 3.998.629,95	\$ 25.393.519,39	\$ 355.428.380,48
108	\$ 29.392.149,34	\$ 3.731.998,00	\$ 25.660.151,34	\$ 329.768.229,14
109	\$ 29.392.149,34	\$ 3.462.566,41	\$ 25.929.582,93	\$ 303.838.646,21
110	\$ 29.392.149,34	\$ 3.190.305,79	\$ 26.201.843,55	\$ 277.636.802,66
111	\$ 29.392.149,34	\$ 2.915.186,43	\$ 26.476.962,91	\$ 251.159.839,76
112	\$ 29.392.149,34	\$ 2.637.178,32	\$ 26.754.971,02	\$ 224.404.868,74
113	\$ 29.392.149,34	\$ 2.356.251,12	\$ 27.035.898,21	\$ 197.368.970,52
114	\$ 29.392.149,34	\$ 2.072.374,19	\$ 27.319.775,14	\$ 170.049.195,38
115	\$ 29.392.149,34	\$ 1.785.516,55	\$ 27.606.632,78	\$ 142.442.562,60
116	\$ 29.392.149,34	\$ 1.495.646,91	\$ 27.896.502,43	\$ 114.546.060,17
117	\$ 29.392.149,34	\$ 1.202.733,63	\$ 28.189.415,70	\$ 86.356.644,46
118	\$ 29.392.149,34	\$ 906.744,77	\$ 28.485.404,57	\$ 57.871.239,90
119	\$ 29.392.149,34	\$ 607.648,02	\$ 28.784.501,32	\$ 29.086.738,58
120	\$ 29.392.149,34	\$ 305.410,76	\$ 29.086.738,58	\$ -0,00

Fuente: Bancolombia

Cuadro 91. Resumen del crédito

Año	Pagos	Intereses	Abono A Capital	Saldo
1	\$ 352.705.792,02	\$ 245.975.798,23	\$106.729.993,79	\$1.893.270.006,21
2	\$ 352.705.792,02	\$ 231.723.363,40	\$120.982.428,62	\$1.772.287.577,59
3	\$ 352.705.792,02	\$ 215.567.696,95	\$137.138.095,08	\$1.635.149.482,51
4	\$ 352.705.792,02	\$197.254.646,47	\$155.451.145,55	\$1.479.698.336,96
5	\$ 352.705.792,02	\$176.496.120,74	\$176.209.671,28	\$1.303.488.665,68
6	\$ 352.705.792,02	\$ 152.965.557,61	\$199.740.234,42	\$1.103.748.431,26
7	\$ 352.705.792,02	\$126.292.786,68	\$226.413.005,34	\$ 877.335.425,92
8	\$ 352.705.792,02	\$ 96.058.206,04	\$ 256.647.585,99	\$ 620.687.839,94
9	\$ 352.705.792,02	\$ 61.786.181,23	\$ 290.919.610,79	\$ 329.768.229,14
10	\$ 352.705.792,02	\$ 22.937.562,88	\$ 329.768.229,14	\$ -0,00
TOTAL	\$3.527.057.920,23	\$ 1.527.057.920,23	\$ 2.000.000.000,00	

Fuente: Bancolombia

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos fijos. Son aquellos costos que no tiene variación en el año.

Cuadro 92. Costos fijos

COSTOS FIJOS		VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD	Cuadro 78	\$ 142.111.683
Costos Indirectos de Fabricación Fijos	Cuadro 82	\$ 247.712.631
Arriendo	\$ 36.582.000,00	
Servicios	\$ 13.521.600,00	
Depreciación	\$ 163.521.825,93	
Mantenimiento	\$ 4.939.761,85	
Seguros	\$ 29.147.443,68	
Otros	\$ -	\$ -
TOTAL		\$ 389.824.314

5.2.2 Costos y gastos variables. Son los costos que tienen variación en el año.

Cuadro 93. Costos variables

COSTOS FIJOS		VALOR ANUAL
Costos Indirectos de Fabricación Variable	Cuadro 82	\$ 54.086.400
Servicios	\$ 54.086.400,00	
TOTAL		\$ 54.086.400

5.2.3 Costos totales unitarios. Se determinan los costos totales para obtener el costo unitario del servicio.

Cuadro 94. Costos totales unitarios

COSTOS FIJOS		VALOR ANUAL	COSTO POR UNIDAD
Total Anual de Costos Fijos	Cuadro 92	\$ 389.824.314	\$ 17.685
Total Anual de Costos Variables	Cuadro 93	\$ 54.086.400	\$ 2.454
TOTAL		\$ 443.910.714	\$ 20.138

Se observa que el costo fijo equivale a \$17.685 y el costo variable a \$2.454 para un total de costo por unidad de servicio de \$20.138

Ahora, relacionando lo anterior con la capacidad a utilizar durante el primer año de 22.043 personas hospedadas, según estudio técnico, el costo por unidad de servicio de alojamiento por persona día es \$20.138, obtenido de la siguiente manera:

$$\$443.910.714/22.043 \text{ personas} = \$20.138$$

5.3 PRECIO DE VENTA.

Se determina dividiendo el costo unitario del servicio por la diferencia entre la unidad y el margen de utilidad esperado (60%), lo cual se expresa de la siguiente fórmula matemática.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo Total Unitario}}{1 - \% \text{ Utilidad esperada}} = \frac{\$20.138}{1 - 0,60}$$

$$\text{Precio de venta} = \$50.345$$

El servicio de hospedaje por persona en el Hotel Campestre Country Resort tendrá un precio de venta por \$55.000 día de hospedaje, valor ajustado a las tarifas actuales de la competencia según el estudio de mercados, cabe resaltar que este valor es inferior al precio de venta de los hoteles y residencias existentes en el municipio que tiene un alto reconocimiento el cual se encuentra entre \$60.000 y \$70.000 y la idea es competir con el precio y el servicio. Considerando el día de hotel al tiempo que transcurre entre las 3:00 pm a 3:00 pm del día siguiente.

Ahora, considerando que el Hotel Campestre Country Resort ofrece varios tipos de habitación se requiere analizar cuál sería el costo de cada una de ellas, partiendo que el precio establecido con la utilidad del 60% corresponde un valor de \$55.000 por persona, como se ha indicado anteriormente.

Las tarifas para el nuevo hotel por tipo de habitación y considerando la cantidad de personas alojadas en cada una, son las siguientes:

- Acomodación familiar (5 personas)

La habitación tendrá un precio de venta correspondiente a \$ 275.000 por noche, (\$55.000 x 5).

- Acomodación Múltiple (3 personas)

La habitación tendrá un precio de venta correspondiente a \$ 165.000 por noche, (\$55.000 x 3).

- Acomodación Doble (2 personas)

La habitación tendrá un precio de venta correspondiente a \$110.000 por noche, (\$55.000 x 2).

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.4.1 INGRESOS

Los ingresos operacionales del nuevo Hotel estarán determinados por el servicio de Hospedaje y el servicio de alquiler del Auditorio. Como las proyecciones se están haciendo a precios constantes, y de acuerdo al precio definido en el literal 5.3. Éste permanece igual durante la proyección. El número de servicios de hospedaje para el primer año de operaciones será de 22.043, los cuales se incrementarán en un 4,68% como crecimiento medio del crecimiento de este sector tal como se mencionó en la proyección de la demanda.

Adicional a lo ya mencionado se presentan ingresos operacionales por el alquiler del Auditorio para la realización de eventos sociales, de este se tiene una proyección anual de \$60.000.000.

De igual forma como ya se dijo, por el arrendamiento de otras áreas como el restaurante y la zona social para clientes diferentes a los huéspedes, se proyectaron ingresos mensuales de \$8.000.000 por el alquiler de éstos, por lo tanto se recibirán ingreso adicionales a los operativos por \$96.000.000 anuales.

Teniendo en cuenta lo anterior la proyección de ingresos se presenta en el cuadro 95

Cuadro 95. Proyección de Ingresos

	Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
Unidades de Servicio de Hospedaje	22.043	23.075	24.155	25.285	26.468
Precio de Hospedaje por usuario	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000
Ingresos Servicio de Hospedaje	\$ 1.212.365.000	\$ 1.269.103.682	\$ 1.328.497.734	\$ 1.390.671.428	\$ 1.455.754.851
Ingresos Alquiler Auditorio	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 1.272.365.000	\$ 1.329.103.682	\$ 1.388.497.734	\$ 1.450.671.428	\$ 1.515.754.851
OTROS INGRESOS	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
TOTAL INGRESOS	\$ 1.368.365.000	\$ 1.425.103.682	\$ 1.484.497.734	\$ 1.546.671.428	\$ 1.611.754.851

Cuadro 95. Continuación

	Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
Unidades de Servicio de Hospedaje	27.707	29.004	30.361	31.782	33.269
Precio de Hospedaje por usuario	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000
Ingresos Servicio de Hospedaje	\$ 1.523.884.178	\$ 1.595.201.958	\$ 1.669.857.409	\$ 1.748.006.736	\$ 1.829.813.451
Ingresos Alquiler Auditorio	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 1.583.884.178	\$ 1.655.201.958	\$ 1.729.857.409	\$ 1.808.006.736	\$ 1.889.813.451
OTROS INGRESOS	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
TOTAL INGRESOS	\$ 1.679.884.178	\$ 1.751.201.958	\$ 1.825.857.409	\$ 1.904.006.736	\$ 1.985.813.451

5.4.2 EGRESOS

Cuadro 96. Proyección de egresos

	Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
Mano de Obra Directa MOD	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Costos Indirectos de P. S Fijos	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Costos Indirectos de P. S Variables	\$ 54.086.400	\$ 56.617.644	\$ 59.267.349	\$ 62.041.061	\$ 64.944.583
COSTOS DE PRESTACION SERVICIO	\$ 443.910.714	\$ 446.441.958	\$ 449.091.664	\$ 451.865.376	\$ 454.768.897
Gastos de Personal	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633
Gastos de Administración	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
Gastos Financieros	\$ 245.975.798	\$ 231.723.363	\$ 215.567.697	\$ 197.254.646	\$ 176.496.121
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 5.089.460	\$ 5.316.415	\$ 5.553.991	\$ 5.802.686	\$ 6.063.019
Provisión para Impuestos	\$ 162.920.384	\$ 185.437.247	\$ 209.415.851	\$ 234.979.083	\$ 262.262.853
RESERVAS	\$ 33.077.775	\$ 37.649.380	\$ 42.517.764	\$ 47.707.874	\$ 53.247.307
OTROS EGRESOS	\$ 447.063.417	\$ 460.126.406	\$ 473.055.303	\$ 485.744.289	\$ 498.069.300
TOTAL EGRESOS	\$ 1.070.665.026	\$ 1.086.259.258	\$ 1.101.837.861	\$ 1.117.300.559	\$ 1.132.529.092

Cuadro 96. Continuación

	Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
Mano de Obra Directa MOD	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Costos Indirectos de P. S Fijos	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Costos Indirectos de P. S Variables	\$ 67.983.989	\$ 71.165.640	\$ 74.496.192	\$ 77.982.614	\$ 81.632.200
COSTOS DE PRESTACION SERVICIO	\$ 457.808.304	\$ 460.989.954	\$ 464.320.506	\$ 467.806.928	\$ 471.456.515
Gastos de Personal	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633
Gastos de Administración	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
Gastos Financieros	\$ 152.965.558	\$ 126.292.787	\$ 96.058.206	\$ 61.786.181	\$ 22.937.563
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 6.335.537	\$ 6.620.808	\$ 6.919.430	\$ 7.232.027	\$ 7.559.254
Provisión para Impuestos	\$ 291.417.682	\$ 322.610.480	\$ 356.026.563	\$ 391.871.933	\$ 430.375.844
RESERVAS	\$ 59.166.620	\$ 65.499.703	\$ 72.284.181	\$ 79.561.877	\$ 87.379.338
OTROS EGRESOS	\$ 509.885.397	\$ 521.023.778	\$ 531.288.380	\$ 540.452.018	\$ 548.251.999
TOTAL EGRESOS	\$ 1.147.384.595	\$ 1.161.704.627	\$ 1.175.299.781	\$ 1.187.949.841	\$ 1.199.399.408

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A DIEZ AÑOS

Después de haber realizado los cálculos anteriores, se elaboran los presupuestos de ingresos y egresos, se hace su respectiva proyección para los 10 primeros años de la Empresa Hotel Campestre Country Resort.

5.5.1 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 2014 al 2023.

Cuadro 97. Estado de Resultado proyectado.

	Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
Ingresos Operacionales Prestación Servicio Hospedaje	\$ 1.212.365.000	\$ 1.269.103.682	\$ 1.328.497.734	\$ 1.390.671.428	\$ 1.455.754.851
Ingresos Operacionales servicio de Auditorio	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
TOTAL INGRESOS	\$ 1.272.365.000	\$ 1.329.103.682	\$ 1.388.497.734	\$ 1.450.671.428	\$ 1.515.754.851
Mano de Obra Directa MOD Cuadro 78	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Costos Indirectos de P. S Fijos Cuadro 92	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Costos Indirectos de P. S Variables Cuadro 93	\$ 54.086.400	\$ 56.617.644	\$ 59.267.349	\$ 62.041.061	\$ 64.944.583
COSTOS DE PRESTACION SERVICIO Cuadro 94	\$ 443.910.714	\$ 446.441.958	\$ 449.091.664	\$ 451.865.376	\$ 454.768.897
UTILIDAD BRUTA	\$ 828.454.286	\$ 882.661.724	\$ 939.406.071	\$ 998.806.053	\$ 1.060.985.954
Gastos de Personal Cuadro 78	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633
Gastos de Administración Cuadro 80	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS Cuadro 86	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	\$ 648.763.391	\$ 702.970.830	\$ 759.715.176	\$ 819.115.158	\$ 881.295.059
Gastos Financieros Cuadro 87	\$ 245.975.798	\$ 231.723.363	\$ 215.567.697	\$ 197.254.646	\$ 176.496.121
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 5.089.460	\$ 5.316.415	\$ 5.553.991	\$ 5.802.686	\$ 6.063.019
Otros Ingresos (Arrendamientos otras áreas)	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 493.698.133	\$ 561.931.051	\$ 634.593.488	\$ 712.057.826	\$ 794.735.919
Provisión para Impuestos 33%	\$ 162.920.384	\$ 185.437.247	\$ 209.415.851	\$ 234.979.083	\$ 262.262.853
UTILIDAD NETA	\$ 330.777.749	\$ 376.493.804	\$ 425.177.637	\$ 477.078.743	\$ 532.473.066
RESERVAS 10%	\$ 33.077.775	\$ 37.649.380	\$ 42.517.764	\$ 47.707.874	\$ 53.247.307

	Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
Ingresos Operacionales Prestación Servicio Hospedaje	\$ 1.523.884.178	\$ 1.595.201.958	\$ 1.669.857.409	\$ 1.748.006.736	\$ 1.829.813.451
Ingresos Operacionales servicio de Auditorio	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
TOTAL INGRESOS	\$ 1.583.884.178	\$ 1.655.201.958	\$ 1.729.857.409	\$ 1.808.006.736	\$ 1.889.813.451
Mano de Obra Directa MOD Cuadro 78	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Costos Indirectos de P. S Fijos Cuadro 92	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Costos Indirectos de P. S Variables Cuadro 93	\$ 67.983.989	\$ 71.165.640	\$ 74.496.192	\$ 77.982.614	\$ 81.632.200
COSTOS DE PRESTACION SERVICIO Cuadro 94	\$ 457.808.304	\$ 460.989.954	\$ 464.320.506	\$ 467.806.928	\$ 471.456.515
UTILIDAD BRUTA	\$ 1.126.075.874	\$ 1.194.212.003	\$ 1.265.536.903	\$ 1.340.199.808	\$ 1.418.356.937
Gastos de Personal Cuadro 78	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633	\$ 43.281.633
Gastos de Administración Cuadro 80	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261	\$ 136.409.261
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS Cuadro 86	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	\$ 946.384.980	\$ 1.014.521.109	\$ 1.085.846.008	\$ 1.160.508.913	\$ 1.238.666.042
Gastos Financieros Cuadro 87	\$ 152.965.558	\$ 126.292.787	\$ 96.058.206	\$ 61.786.181	\$ 22.937.563
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 6.335.537	\$ 6.620.808	\$ 6.919.430	\$ 7.232.027	\$ 7.559.254
Otros Ingresos (Arrendamientos otras áreas)	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 883.083.886	\$ 977.607.514	\$ 1.078.868.373	\$ 1.187.490.705	\$ 1.304.169.226
Provisión para Impuestos 33%	\$ 291.417.682	\$ 322.610.480	\$ 356.026.563	\$ 391.871.933	\$ 430.375.844
UTILIDAD NETA	\$ 591.666.203	\$ 654.997.035	\$ 722.841.810	\$ 795.618.772	\$ 873.793.381
RESERVAS 10%	\$ 59.166.620	\$ 65.499.703	\$ 72.284.181	\$ 79.561.877	\$ 87.379.338

5.5.2 Flujo de caja proyectado.

Cuadro 98. Flujo de caja proyectado

	Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
Ingresos operacionales	\$ 1.166.334.583	\$ 1.218.345.042	\$ 1.272.789.590	\$ 1.329.782.143	\$ 1.389.441.947
Recuperación de Cartera		\$ 106.030.417	\$ 110.758.640	\$ 115.708.145	\$ 120.889.286
Total de Ingresos Operacionales	\$ 1.166.334.583	\$ 1.324.375.459	\$ 1.383.548.230	\$ 1.445.490.287	\$ 1.510.331.233
Pagos de Costos					
Pago de Materia Prima	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de Mano de Obra Directa	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Pago Costos Indirectos Fijos	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Depreciaciones	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826
Pago Costos Indirectos Variables	\$ 54.086.400	\$ 56.617.644	\$ 59.267.349	\$ 62.041.061	\$ 64.944.583
Total Pagos de Costos Operacionales	\$ 280.388.889	\$ 282.920.132	\$ 285.569.838	\$ 288.343.550	\$ 291.247.071
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO	\$ 885.945.695	\$ 1.041.455.326	\$ 1.097.978.392	\$ 1.157.146.737	\$ 1.219.084.161
Pagos de Gastos					
Pago de Gastos de Administración	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
Amortizaciones	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300
Depreciaciones	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499
Pago de Impuestos	\$ -	\$ 162.920.384	\$ 185.437.247	\$ 209.415.851	\$ 234.979.083
Total Pago de Gastos Operacionales	\$ 162.054.095	\$ 324.974.479	\$ 347.491.342	\$ 371.469.947	\$ 397.033.178
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO	\$ 723.891.599	\$ 716.480.847	\$ 750.487.050	\$ 785.676.791	\$ 822.050.983
Inversiones					
Inversión Fija					\$ 34.824.305
Inversión Diferida					
Inversión en Capital de Trabajo					
Total de Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 34.824.305
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ 723.891.599	\$ 716.480.847	\$ 750.487.050	\$ 785.676.791	\$ 787.226.678
Financiación					
Aportes de los socios					
Crédito Financiero					
Otras Fuentes de Ingresos	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Total Ingresos de Financiación	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Egresos de Financiación					
Abonos a capital	\$ 106.729.994	\$ 120.982.429	\$ 137.138.095	\$ 155.451.146	\$ 176.209.671
Pago de Intereses	\$ 245.975.798	\$ 231.723.363	\$ 215.567.697	\$ 197.254.646	\$ 176.496.121
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 5.089.460	\$ 5.316.415	\$ 5.553.991	\$ 5.802.686	\$ 6.063.019
Pago de Utilidades					
Total Egresos de Financiación	\$ 357.795.252	\$ 358.022.207	\$ 358.259.783	\$ 358.508.478	\$ 358.768.811
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	\$ -261.795.252	\$ -262.022.207	\$ -262.259.783	\$ -262.508.478	\$ -262.768.811
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 462.096.347	\$ 454.458.640	\$ 488.227.267	\$ 523.168.313	\$ 524.457.867
Flujo de caja del período	\$ 462.096.347	\$ 454.458.640	\$ 488.227.267	\$ 523.168.313	\$ 524.457.867
Saldo anterior de Caja y Bancos	\$ 72.966.801	\$ 535.063.148	\$ 989.521.789	\$ 1.477.749.055	\$ 2.000.917.369
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS	\$ 535.063.148	\$ 989.521.789	\$ 1.477.749.055	\$ 2.000.917.369	\$ 2.525.375.235

	Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
Ingresos operacionales	\$ 1.451.893.830	\$ 1.517.268.461	\$ 1.585.702.625	\$ 1.657.339.508	\$ 1.889.813.451
Recuperación de Cartera	\$ 126.312.904	\$ 131.990.348	\$ 137.933.496	\$ 144.154.784	\$ 150.667.228
Total de Ingresos Operacionales	\$ 1.578.206.734	\$ 1.649.258.809	\$ 1.723.636.122	\$ 1.801.494.292	\$ 2.040.480.679
Pagos de Costos					
Pago de Materia Prima	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de Mano de Obra Directa	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Pago Costos Indirectos Fijos	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Depreciaciones	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826
Pago Costos Indirectos Variables	\$ 67.983.989	\$ 71.165.640	\$ 74.496.192	\$ 77.982.614	\$ 81.632.200
Total Pagos de Costos Operacionales	\$ 294.286.478	\$ 297.468.129	\$ 300.798.681	\$ 304.285.102	\$ 307.934.689
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO	\$ 1.283.920.256	\$ 1.351.790.681	\$ 1.422.837.441	\$ 1.497.209.190	\$ 1.732.545.991
Pagos de Gastos					
Pago de Gastos de Administración	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
Amortizaciones	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300
Depreciaciones	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499
Pago de Impuestos	\$ 262.262.853	\$ 291.417.682	\$ 322.610.480	\$ 356.026.563	\$ 391.871.933
Total Pago de Gastos Operacionales	\$ 424.316.949	\$ 453.471.778	\$ 484.664.575	\$ 518.080.658	\$ 553.926.028
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO	\$ 859.603.308	\$ 898.318.903	\$ 938.172.866	\$ 979.128.531	\$ 1.178.619.963
Inversiones					
Inversión Fija					
Inversión Diferida					
Inversión en Capital de Trabajo					
Total de Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ 859.603.308	\$ 898.318.903	\$ 938.172.866	\$ 979.128.531	\$ 1.178.619.963
Financiación					
Aportes de los socios					
Crédito Financiero					
Otras Fuentes de Ingresos	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Total Ingresos de Financiación	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Egresos de Financiación					
Abonos a capital	\$ 199.740.234	\$ 226.413.005	\$ 256.647.586	\$ 290.919.611	\$ 329.768.229
Pago de Intereses	\$ 152.965.558	\$ 126.292.787	\$ 96.058.206	\$ 61.786.181	\$ 22.937.563
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 6.335.537	\$ 6.620.808	\$ 6.919.430	\$ 7.232.027	\$ 7.559.254
Pago de Utilidades					
Total Egresos de Financiación	\$ 359.041.329	\$ 359.326.600	\$ 359.625.222	\$ 359.937.819	\$ 360.265.046
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	\$ -263.041.329	\$ -263.326.600	\$ -263.625.222	\$ -263.937.819	\$ -264.265.046
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 596.561.979	\$ 634.992.303	\$ 674.547.644	\$ 715.190.713	\$ 914.354.917
Flujo de caja del periodo	\$ 596.561.979	\$ 634.992.303	\$ 674.547.644	\$ 715.190.713	\$ 914.354.917
Saldo anterior de Caja y Bancos	\$ 2.525.375.235	\$ 3.121.937.214	\$ 3.756.929.518	\$ 4.431.477.162	\$ 5.146.667.875
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS	\$ 3.121.937.214	\$ 3.756.929.518	\$ 4.431.477.162	\$ 5.146.667.875	\$ 6.061.022.791

5.5.3 Balance General inicial y proyectado a 10 años

Cuadro 99 Balance General inicial

Balance General Inicial			
Caja y Bancos			\$ 72.966.801
Cartera (Cuentas por Cobrar)			
Inventarios			
Total Activo Corriente			\$ 72.966.801
Terrenos	Cuadro	70	\$ 180.000.000
Construcciones	Cuadro	71	\$ 2.667.500.000
Maquinaria y Equipo	Cuadro	72	\$ 98.795.237
Muebles y Enseres	Cuadro	73	\$ 151.873.207
Equipos de Oficina	Cuadro	74	\$ 6.660.305
Lencería	Cuadro	75	\$ 28.164.000
Depreciación Acumulada	Cuadro	79	\$ -
Total Activo Fijo Neto			\$ 3.132.992.749
Activos Diferidos	Cuadro	77	\$ 152.963.000
Amortización Diferida	Cuadro	77	\$ -
Activo Diferido Neto			\$ 152.963.000
TOTAL ACTIVOS			\$ 3.358.922.550
Obligaciones Financieras	Cuadro	91	\$ 106.729.994
Proveedores por Pagar	Cuadro	0	
Impuestos por pagar			
Total Pasivo Corriente			\$ 106.729.994
Obligaciones de Largo Plazo	Cuadro	91	\$ 1.893.270.006
PASIVO TOTAL			\$ 2.000.000.000
Aportes Sociales			\$ 1.358.922.550
Utilidades Ejercicios Anteriores			
Utilidades del Presente Ejercicio			
Reservas (10% de las utilidades del ejercicio)			
PATRIMONIO TOTAL			\$ 1.358.922.550
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			\$ 3.358.922.550

Cuadro 100. Balance General proyectado a 10 años

Balance General Inicial		Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
Caja y Bancos		\$ 535.063.148	\$ 989.521.789	\$ 1.477.749.055	\$ 2.000.917.369	\$ 2.525.375.235
Cartera (Cuentas por Cobrar)		\$ 106.030.417	\$ 110.758.640	\$ 115.708.145	\$ 120.889.286	\$ 126.312.904
Inventarios						
Total Activo Corriente		\$ 641.093.565	\$ 1.100.280.429	\$ 1.593.457.200	\$ 2.121.806.654	\$ 2.651.688.140
Terrenos	Cuadro 70	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000
Construcciones	Cuadro 71	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000
Maquinaria y Equipo	Cuadro 72	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237
Muebles y Enseres	Cuadro 73	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207
Equipos de Oficina	Cuadro 74	\$ 6.660.305	\$ 6.660.305	\$ 6.660.305	\$ 6.660.305	\$ 13.320.610
Lencería	Cuadro 75	\$ 28.164.000	\$ 28.164.000	\$ 28.164.000	\$ 28.164.000	\$ 56.328.000
Depreciación Acumulada	Cuadro 79	\$ -165.862.325	\$ -331.724.650	\$ -497.586.975	\$ -663.449.300	\$ -829.311.625
Total Activo Fijo Neto		\$ 2.967.130.424	\$ 2.801.268.099	\$ 2.635.405.774	\$ 2.469.543.449	\$ 2.338.505.429
Activos Diferidos	Cuadro 77	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000
Amortización Diferida	Cuadro 77	\$ -15.296.300	\$ -30.592.600	\$ -45.888.900	\$ -61.185.200	\$ -76.481.500
Activo Diferido Neto		\$ 137.666.700	\$ 122.370.400	\$ 107.074.100	\$ 91.777.800	\$ 76.481.500
TOTAL ACTIVOS		\$ 3.745.890.689	\$ 4.023.918.928	\$ 4.335.937.074	\$ 4.683.127.903	\$ 5.066.675.069
Obligaciones Financieras	Cuadro 91	\$ 120.982.429	\$ 137.138.095	\$ 155.451.146	\$ 176.209.671	\$ 199.740.234
Proveedores por Pagar	Cuadro 0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por pagar		\$ 162.920.384	\$ 185.437.247	\$ 209.415.851	\$ 234.979.083	\$ 262.262.853
Total Pasivo Corriente		\$ 283.902.812	\$ 322.575.342	\$ 364.866.997	\$ 411.188.754	\$ 462.003.088
Obligaciones de Largo Plazo	Cuadro 91	\$ 1.772.287.578	\$ 1.635.149.483	\$ 1.479.698.337	\$ 1.303.488.666	\$ 1.103.748.431
PASIVO TOTAL		\$ 2.056.190.390	\$ 1.957.724.825	\$ 1.844.565.334	\$ 1.714.677.420	\$ 1.565.751.519
Aportes Sociales		\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550
Utilidades Ejercicios Anteriores		\$ -	\$ 297.699.974	\$ 636.544.398	\$ 1.019.204.271	\$ 1.448.575.141
Utilidades del Presente Ejercicio		\$ 297.699.974	\$ 338.844.424	\$ 382.659.873	\$ 429.370.869	\$ 479.225.759
Reservas (10% de las utilidades del ejercicio)		\$ 33.077.775	\$ 70.727.155	\$ 113.244.919	\$ 160.952.793	\$ 214.200.100
PATRIMONIO TOTAL		\$ 1.689.700.299	\$ 2.066.194.103	\$ 2.491.371.740	\$ 2.968.450.484	\$ 3.500.923.550
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 3.745.890.689	\$ 4.023.918.928	\$ 4.335.937.074	\$ 4.683.127.903	\$ 5.066.675.069

Balance General Inicial			Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
Caja y Bancos			\$ 3.121.937.214	\$ 3.756.929.518	\$ 4.431.477.162	\$ 5.146.667.875	\$ 6.061.022.791
Cartera (Cuentas por Cobrar)			\$ 131.990.348	\$ 137.933.496	\$ 144.154.784	\$ 150.667.228	\$ -
Inventarios							
Total Activo Corriente			\$ 3.253.927.562	\$ 3.894.863.014	\$ 4.575.631.946	\$ 5.297.335.103	\$ 6.061.022.791
Terrenos	Cuadro	70	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000
Construcciones	Cuadro	71	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000	\$ 2.667.500.000
Maquinaria y Equipo	Cuadro	72	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237	\$ 98.795.237
Muebles y Enseres	Cuadro	73	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207	\$ 151.873.207
Equipos de Oficina	Cuadro	74	\$ 13.320.610	\$ 13.320.610	\$ 13.320.610	\$ 13.320.610	\$ 13.320.610
Lencería	Cuadro	75	\$ 56.328.000	\$ 56.328.000	\$ 56.328.000	\$ 56.328.000	\$ 56.328.000
Depreciación Acumulada	Cuadro	79	\$ -995.173.950	\$ -1.161.036.275	\$ -1.326.898.600	\$ -1.492.760.925	\$ -1.658.623.250
Total Activo Fijo Neto			\$ 2.172.643.104	\$ 2.006.780.779	\$ 1.840.918.454	\$ 1.675.056.129	\$ 1.509.193.804
Activos Diferidos	Cuadro	77	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000	\$ 152.963.000
Amortización Diferida	Cuadro	77	\$ -91.777.800	\$ -107.074.100	\$ -122.370.400	\$ -137.666.700	\$ -152.963.000
Activo Diferido Neto			\$ 61.185.200	\$ 45.888.900	\$ 30.592.600	\$ 15.296.300	\$ -
TOTAL ACTIVOS			\$ 5.487.755.866	\$ 5.947.532.693	\$ 6.447.143.000	\$ 6.987.687.531	\$ 7.570.216.595
Obligaciones Financieras	Cuadro	91	\$ 226.413.005	\$ 256.647.586	\$ 290.919.611	\$ 329.768.229	
Proveedores por Pagar	Cuadro	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por pagar			\$ 291.417.682	\$ 322.610.480	\$ 356.026.563	\$ 391.871.933	\$ 430.375.844
Total Pasivo Corriente			\$ 517.830.688	\$ 579.258.066	\$ 646.946.174	\$ 721.640.162	\$ 430.375.844
Obligaciones de Largo Plazo	Cuadro	91	\$ 877.335.426	\$ 620.687.840	\$ 329.768.229	\$ -0	\$ -
PASIVO TOTAL			\$ 1.395.166.113	\$ 1.199.945.906	\$ 976.714.403	\$ 721.640.162	\$ 430.375.844
Aportes Sociales			\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550	\$ 1.358.922.550
Utilidades Ejercicios Anteriores			\$ 1.927.800.900	\$ 2.460.300.483	\$ 3.049.797.814	\$ 3.700.355.443	\$ 4.416.412.338
Utilidades del Presente Ejercicio			\$ 532.499.583	\$ 589.497.331	\$ 650.557.629	\$ 716.056.895	\$ 786.414.043
Reservas (10% de las utilidades del ejercicio)			\$ 273.366.720	\$ 338.866.424	\$ 411.150.605	\$ 490.712.482	\$ 578.091.820
PATRIMONIO TOTAL			\$ 4.092.589.753	\$ 4.747.586.787	\$ 5.470.428.597	\$ 6.266.047.370	\$ 7.139.840.751
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			\$ 5.487.755.866	\$ 5.947.532.693	\$ 6.447.143.000	\$ 6.987.687.531	\$ 7.570.216.595

5.6 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

- La evaluación financiera del proyecto es ampliamente favorable, como puede verse en el presente estudio, se determinó con un importante nivel de detalles los costos de montaje del proyecto, tomando como base el análisis de la rentabilidad, el tamaño de la infraestructura e instalaciones. La inversión total del proyecto es de \$3.358.922.550, representada en inversión fija total de \$3.132.992.749, inversión diferida por \$152.963.000 y de igual manera, se definió el capital de trabajo necesario para iniciar la prestación del servicio por \$72.966.801. Reportando utilidades anuales a partir del primer año de operaciones por \$330.777.749 y aumentando progresivamente hasta el fin de las proyecciones del estudio, el flujo del recurso humano soporta completamente las metas de la empresa para satisfacer las necesidades que se encuentran actualmente en el mercado.
- La depreciación se realizará en línea recta teniendo en cuenta la normatividad contable para construcciones 20 años, maquinaria y equipo a 10 años, equipos de oficina 5 años, lencería a 2 años y medio teniendo en cuenta que por su uso se desgastan más rápido.
- La inversión total se pretende cubrir en un 40.46% con el aporte de socios, decir la suma de \$1.395.935.950 los cuales se conseguirán de inversionistas e interesados en el sector turismo; igualmente se tendrán en cuenta familiares y amigos de la región que han visto la necesidad, oportunidad y el interés de este proyecto y tienen los recursos necesarios para invertir, pues son personas que se dedican a actividades como la agricultura y la ganadería a gran escala. Por lo tanto a pesar de ser un monto considerable existen recursos y el respaldo para llevarlo a cabo, el valor restante se realizará un crédito en la entidad financiera Bancolombia por \$2.000.000.000 a un plazo de diez (10) años pagando una tasa mensual de 1.05% por el sistema de amortización de cuota fija mensual por \$ 29.392.149,34
- La empresa se aprovisionará en los artículos de lencería por los primeros cinco (5) años, teniendo en cuenta el desgaste de estos elementos necesario para la excelente prestación del servicio, lo que garantiza que en ese periodo la empresa no requerirá hacer desembolsos para su compra. Después de los cinco (5) primeros años de funcionamiento del Hotel se hace necesaria la compra de nuevos equipos de oficina y lencería.

- Se proyectó una prestación de servicios de hospedaje al año de 22.043 usuarios las 24 horas de día en el horario de 3:00 pm check in y 3:00 pm check out, los 365 días del año, distribuidos en temporada alta 147 días y temporada baja 218 días. Para estas fechas se proyecta una ocupación del 17.640 servicios que equivalen al 40, 27% en temporada alta con respecto a la capacidad diseñada del hotel y 7.848 servicios en temporada baja que serían el 18%, para un total de ocupación en el año de 25.488 servicios que equivalen al 58,27% de la capacidad diseñada según estudio técnico.
- Los servicios prestados por el Hotel serán de contado (efectivo o tarjeta de crédito) y se manejarán cuentas por cobrar con Entidades corporativas y la de los empleados de las diferentes obras que se estén desarrollando a un plazo de 30 días de cartera.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Cuando se diseña un proyecto emprendedor se debe buscar la optimización de los recursos y lograr la recuperación de la inversión en el menor tiempo posible, a su vez generar las utilidades que satisfagan las expectativas de los inversionistas. Sin embargo, la puesta en marcha de cualquier idea de negocio, también lleva implícita una cuota de responsabilidad social y ambiental.

En la evaluación del proyecto se encontrará el punto de equilibrio del proyecto, el Impacto Social o Responsabilidad Social Empresarial, el Impacto Ambiental y Financiero del proyecto. Se definirán las ganancias a generar, el aporte que hace al desarrollo regional, la generación de empleo; la preservación de los recursos renovables y no renovables, mediante el cumplimiento de las normas ambientales vigentes. Se determinará el VPN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión y el Análisis de las razones financieras básicas.

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El aporte de la empresa Hotel Campestre Country Resort es interesante porque entrará al mercado oferente de servicios de hotelería en el municipio de Sabana de Torres donde no existe hoteles de estilo campestre ni mucho menos con servicios adicionales para la recreación y el descanso; se ha tenido en cuenta la competencia indirecta la cual la conforma los hoteles y residencias existente en el municipio con un estilo totalmente diferente al propuesto. Además el costo del servicio de hospedaje promedio por persona es \$55.000 es un buen impacto económico al estar por debajo de otros ofertados en el sector.

Otro beneficio positivo que trae consigo el proyecto es la generación de 11 empleos directos y un buen número de empleos indirectos, dentro de los empleos indirectos se encuentran por ejemplo las persona que le suministran al hotel los servicios de transporte de elementos o transporte de personas, personas que realicen reparaciones u otras actividades de mantenimiento que llegase a necesitar el hotel. En fin todas las personas que aunque no trabajen directamente en el hotel pueden prestar algún servicio u ofrecer productos que necesite el hotel. Y en cierta forma las personas que posiblemente llegue a contratar el hotel para

realizar servicios esporádicos; contribuyendo así a disminuir la tasa de desempleo en el municipio de Sabana de Torres.

Con este plan de negocio se contribuye también al fortalecimiento del sector de servicios y al sector comercial, mediante el empleo de insumos que se producen y comercializan en la región.

También se contribuye al municipio, al departamento y la nación mediante el pago de impuestos tales, licencias de funcionamiento, impuestos de industria y comercio e impuesto de renta.

Además contribuir a otro tipo de ingreso estatal como son la retención por ventas y otras contribuciones temporales.

La **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Las principales responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad son:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.
- Seguimiento del cumplimiento de la legislación por parte de la empresa.
- Mantenimiento de la ética empresarial y lucha contra la corrupción.
- Supervisión de las condiciones laborales y de salud de los/as trabajadores.

- Seguimiento de la gestión de los recursos y los residuos.
- Revisión de la eficiencia energética de la empresa.
- Correcto uso del agua.
- Lucha contra el cambio climático.
- Evaluación de riesgos ambientales y sociales.
- Supervisión de la adecuación de la cadena de suministro.
- Implicar a los empleados en las buenas prácticas de RSE
- Marketing y construcción de la reputación corporativa.

Aspectos clave en la responsabilidad social corporativa

Se muestran aspectos clave para que la empresa Hotel Campestre Country Resort tenga en cuenta a la hora de diseñar su estrategia de responsabilidad social.

1. Ética, valores y principios de los negocios

La ética corporativa ha pasado de exigir solo un cumplimiento legal a exigir el compromiso de un comportamiento ético basado en valores. De acuerdo con esto el Hotel Campestre Country Resort promoverá en todo su personal y razón de ser valores éticos entre los cuales se puede destacar la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y el servicio integral.

Estos valores deben afectar tanto a la relación con sus empleados, al cumplimiento legislativo como la naturaleza y la calidad de las relaciones con sus accionistas y con sus partes interesadas.

2. Derechos humanos, trabajo y empleo

Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la RSC debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados. En efecto, los estándares de trabajo de la OIT y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. El Hotel Campestre Country Resort aplicará los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo:

- El respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;
- La eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio;
- La abolición efectiva del trabajo infantil, y
- La eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.

Entre los Convenios de la OIT que se consideran clave, se encuentran:

- Convenio Relativo a la Libertad Sindical y a la Protección del Derecho de Sindicación, 1948.
- Convenio Relativo a la aplicación de los principios del Derecho de Sindicación y de Negociación Colectiva, 1949.
- Convenio Relativo al Trabajo Forzoso u Obligatorio, 1930.
- Convenio Relativo a la Abolición del Trabajo Forzoso, 1957.
- Convenio sobre la Edad Mínima de Admisión al Empleo, 1973.⁷¹
- Convenio Sobre la Prohibición de las Peores Formas de Trabajo Infantil y la Acción Inmediata para su Eliminación, 1999.
- Convenio Relativo a la Igualdad de Remuneración entre la Mano de Obra Masculina y la Mano de Obra Femenina por un Trabajo de Igual Valor, 1951.
- Convenio Relativo a la Discriminación en Materia de Empleo y Ocupación, 1958.

3. Gobernabilidad corporativa

La Gobernabilidad Corporativa en el nuevo Hotel Country resort tratará de reflejar el estilo de poder que establecen los propietarios de la empresa, y la alta dirección con todos los grupos vinculados, tales como los empleados y sus familias, los clientes, los proveedores, los gobiernos (locales, departamentales y nacional), la comunidad en general, el sector internacional e incluso los competidores, así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones.

Este aspecto refleja una visión de la empresa de la siguiente manera:

- Como se visualizan, se planifican, se dirigen, se ejecutan, se controlan y se mejoran los procesos del hotel en la búsqueda del éxito empresarial.
- Su transparencia, ética y rendición de cuentas que son un pre-requisito para la integridad y la credibilidad en los mercados.

4. Impactos sobre el medio ambiente

El tema ambiental para el Hotel campestre Country Resort es un componente intrínseco de la RSC. La administración del impacto ambiental del hotel, se enfocará, como la gestión del uso de los recursos naturales, el control de la

⁷¹ Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. María Emilia Correa, Sharon Flynn, Alon Amit. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, abril de 2004. Disponible desde internet en:<
<http://www.diarioresponsable.com/politica/internacional/16283-rse-rsc-aspectos-clave-su-implantacion-sus-criticas.html#rQL6ny6bjvoogdl7/>> [con acceso el 23-09-2013]

contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los servicios.

El hotel busca ir más allá de la sola administración de los impactos ambientales, de los cuales es directamente responsables, y que, tras entender su rol, reconoce cómo dichos impactos inciden en:

- Los problemas ambientales y sociales del municipio de Sabana de Torres por lo tanto participará activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades
- Los problemas ambientales globales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

5. Relaciones con proveedores

La RSC motivará al Hotel Campestre Country resort a descubrir de qué manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo del servicio o cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el usuario final. Establecerá estándares sociales y ambientales y sistemas de control y verificación para sus proveedores.

6. Filantropía e inversión social

La RSC motiva al Hotel Campestre Country Resort a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de materiales y servicios disponibles en el medio, la subcontratación laboral y otras prácticas similares que ayuden al bienestar económico y social de las comunidades del municipio.

Se sustituirán las donaciones en dinero por aportes en especie o en servicios, apoyo a proyectos específicos o la vinculación de los empleados, mediante trabajo voluntario, a los procesos de la comunidad.

7. Transparencia y rendición de cuentas

La RSC invita al Hotel Campestre Country Resort a asegurarse de que todos los niveles de la jerarquía de la empresa, desde los empleados hasta la junta de socios, adopten los valores y principios establecidos y se responsabilicen de su cumplimiento.

Los sistemas a través de los cuales se gobernará el Hotel deberán dar seguimiento a las acciones tendientes a alcanzar sus metas en materia de RSC y medir y reportar sus efectos. La rendición de cuentas lo que pretende es

proporcionar los medios adecuados para que la gran mayoría de las partes interesadas puedan conocer y verificar, los objetivos perseguidos y los resultados alcanzados.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

6.2.1 Matriz de Evaluación de Impactos

Para la identificación de los impactos ambientales de este proyecto es necesaria la vinculación de los ecosistemas existentes y la relación con su actividad a involucrar.

En base a la construcción del Hotel Campestre, se pudieron identificar las actividades que podrán alterar las condiciones naturales del ambiente en el que se desarrollara este proyecto, como además los elementos que serán afectados en término de tiempo y espacio.

Es indispensable clasificar los diversos impactos potenciales del proyecto, para esto se aplica la metodología de la realización de una matriz simple (Canter, Larry 1998, MANUAL DE EVALUACION DE IMPACTO AMBIENTAL, Pags 94 – 96). (anexo matrices)

Interacciones entre las Actividades del Proyecto y los Factores Ambientales

Este es la relación de los diversos factores y componentes ambientales (FILAS) con las diversas Fases del proyecto (COLUMNAS), estas interacciones pueden ser positivas o negativas. Las diversas Fases que se tendrán en cuenta en la construcción del Hotel Campestre Country Resort son:

- Construcción
- Operación
- Mantenimiento
- Abandono y cierre

Es importante referenciar las diversas acciones que se presentaran en cada una de las diversas fases:

Fase de Construcción:

- Transporte de material de construcción.
- Almacenamiento de material de construcción.
- Descapote de la capa vegetal.
- Construcción de instalaciones.
- Generación de residuos sólidos.

Fase de Operación:

- Servicio de Hospedaje.
- Manejo de Residuos sólidos.
- Manejo de aguas residuales.
- Captación de agua y suministro.
- Captación, distribución y uso de energía eléctrica.
- Comunicaciones.
- Presencia de Visitantes en la zona de influencia del proyecto.

Fase de Mantenimiento.

- Mantenimiento preventivo de estructura arquitectónica.
- Mantenimiento preventivo de tratamiento de aguas residuales.
- Mantenimiento preventivo del sistema de captación y suministro de agua.
- Mantenimiento preventivo del suministro, captación de energía eléctrica.
- Mantenimiento preventivo de equipos y motores.
- Mantenimiento preventivo de áreas verdes (jardines nativos y endémicos).

Fase de Abandono y Cierre del Área.

- Remoción y desalojo de equipos e infraestructura.
- Restauración del área intervenida.
- Monitoreo y seguimiento.

Para la calificación de los impactos ambientales es necesario realizar una matriz para esto; por tal es importante conocer el sistema de calificación de las actividades encontradas a continuación:

Área de Influencia.- Corresponde a las características espaciales del impacto, para lo que se debe especificar si insiste en el área definida como: *No Afectación, Directa, Indirecta y Regional*. La valoración para la calificación numérica, de acuerdo al área de influencia, se mide de 0 a 5.

Probabilidad de Ocurrencia.- Expresa el riesgo de aparición del impacto, en especial para aquellas circunstancias no periódicas y se califica como: *Improbable (0), Muy Baja (1), Baja (2), Media (3), Alta (4), y Segura (5).*

Duración.- Se refiere a la forma de presentarse el impacto en el tiempo. Si el impacto se presenta en forma intermitente es temporal, y puede ser de: *Horas a Días (0), Días a Semanas (1), Semanas a Meses (2), Meses a Años (3) y Años a Décadas (4).* Si aparece en forma continuada o bien es intermitente pero sin final, se considera *Permanente (5).*

Magnitud.- Evalúa la naturaleza global del impacto, con respecto al grado de afectación del componente. Se califica como: *Ninguna (0), Muy Baja (1), Baja (2), Media (3), Alta (4) y Muy Alta (5).*

Clase de Impacto.- Se refiere al juicio de valor del efecto, calificándolo como Positivo (P) si es benéfico, Incierto (I) cuando el juicio de valor no puede ser establecido, o Negativo (N) si es adverso. Es difícil definir una valoración numérica para la clase de impacto, por lo que este parámetro no ha sido calificado con una numeración. En la magnitud ya se califica numéricamente a los impactos, sean estos positivos, negativos o inciertos.

Mitigación.- El impacto se considera recuperable y se identifica con Sí, cuando se pueden realizar prácticas o medidas correctivas que disminuyan o anulen el efecto negativo. La mitigabilidad del impacto ha sido dividida en categorías como: Mitigación Total, Mitigación Total con Dificultad, Mitigación Parcial, Mitigación Parcial con Dificultad y No Mitigable. El impacto se considera irrecuperable y se identifica con No cuando no son posibles las medidas correctivas.

Calificación Total del Impacto.- Luego de considerar todos los parámetros anteriores, se realiza una calificación total del impacto; el mismo que se califica como: Ninguno (0), Muy Bajo (1), Bajo (2), Medio (3), Alto (4) y Muy Alto (5).

PLAN DE MITIGACIÓN DE IMPACTOS

Se buscan asegurar que las actividades del proyecto se enmarquen en los objetivos de conservación y desarrollo sostenible del municipio de Sabana de Torres. El proponente deberá comprometerse a no realizar acciones que atenten deliberadamente contra estos fines y deberá cumplir y hacer cumplir la normativa especial que regula la actividad de turismo receptivo. A continuación se presenta las medidas de Mitigación de Impactos en formato matricial:

Cuadro 101. Matriz de interacción fase construcción

MATRIZ DE INTERACCION FASE DE CONSTRUCCION							
MEDIO AMBIENTE	FACTOR AMBIENTAL	ACCIONES DEL PROYECTO FASE DE CONSTRUCCION					TOTAL DE INTERACCIONES
		Transporte de material de construcción	Almacenamiento de material de construcción	Descapote de la capa vegetal	Construcción de instalaciones	Generación de Residuos sólidos	
FISICO	AIRE			X	X		2
	SUELO	X	X	X	X	X	5
	GEOLOGIA		X	X	X		3
BIOLOGICO	VEGETACION ARBOREA	X	X	X	X	X	5
	VEGETACION ARBUSTIVA	X	X	X	X	X	5
	AVES TERRESTRES			X	X		2
	REPTILES TERRESTRES	X	X	X	X	X	5
	INVERTEBRADOS TERRESTRES	X	X	X	X	X	5
SOCIOECONOMICO Y CULTURAL	PAISAJE	X	X	X	X	X	5
	EMPLEO	X	X	X	X	X	5
	SERVICIOS	X	X	X	X	X	5
TOTAL INTERACCIONES		8	9	11	11	8	47

Cuadro 102. Matriz de interacción fase de operaciones

MATRIZ DE INTERACCION FASE DE OPERACIÓN									
MEDIO AMBIENTE	FACTOR AMBIENTAL	ACCIONES DEL PROYECTO FASE DE CONSTRUCCION							TOTAL DE INTERACCIONES
		Servicio de Hospedaje	Manejo de Residuos sólidos	Manejo de aguas Residuales	Captación y suministro de agua	Captación y distribución de energía eléctrica	Comunicaciones	Presencia de visitantes en la zona	
FISICO	AIRE		X	X		X	X		4
	SUELO	X	X	X	X	X		X	6
	GEOLOGIA								
BIOLOGICO	VEGETACION ARBUSTIVA	X						X	2
	AVES TERRESTRES	X		X				X	3
	REPTILES TERRESTRES	X		X				X	3
	INVERTEBRADOS TERRESTRES	X		X				X	3
SOCIOECONOMICO Y CULTURAL	PAISAJE	X	X	X	X	X		X	6
	EMPLEO	X	X	X	X	X		X	6
	SERVICIOS	X	X	X				X	4
TOTAL INTERACCIONES		8	5	8	3	4	1	8	37

Cuadro 103. Matriz de interacción fase de mantenimiento

MATRIZ DE INTERACCION FASE DE MANTENIMIENTO								
MEDIO AMBIENTE	FACTOR AMBIENTAL	ACCIONES DEL PROYECTO FASE DE CONSTRUCCION						TOTAL DE INTERACCIONES
		Mantenimiento de estructura arquitectónica	Mantenimiento de aguas residuales	Mantenimiento del sistema de captación y suministro de agua	Mantenimiento del suministro, captación de energía eléctrica	Mantenimiento de equipo y motores	Mantenimiento de áreas verdes	
FISICO	AIRE	X	X			X	X	4
	SUELO	X	X	X	X	X	X	6
	GEOLOGIA							
BIOLOGICO	VEGETACION ARBUSTIVA	X					X	2
	AVES TERRESTRES	X				X	X	3
	REPTILES TERRESTRES	X					X	2
	INVERTEBRADOS TERRESTRES	X					X	2
SOCIOECONOMICO Y CULTURAL	PAISAJE	X	X	X	X	X	X	6
	EMPLEO	X	X	X	X	X	X	6
	SERVICIOS	X	X	X	X	X	X	6
TOTAL INTERACCIONES		9	5	4	4	6	9	37

Cuadro 104 Matriz de interacción abandono y cierre del proyecto

MATRIZ DE INTERACCION FASE DE ABANDONO Y CIERRE DEL PROYECTO					
MEDIO AMBIENTE	FACTOR AMBIENTAL	ACCIONES DEL PROYECTO FASE DE CONSTRUCCION			TOTAL DE INTERACCIONES
		Remoción y desalojo de equipos e infraestructura	Restauración del área intervenida	Monitoreo y seguimiento	
FISICO	AIRE	X		X	2
	SUELO	X	X	X	3
	GEOLOGIA	X	X	X	3
BIOLOGICO	VEGETACION ARBOREA	X	X	X	3
	VEGETACION ARBUSTIVA	X	X	X	3
	AVES TERRESTRES	X	X	X	3
	REPTILES TERRESTRES	X	X	X	3
	INVERTEBRADOS TERRESTRES	X	X	X	3
SOCIOECONOMICO Y CULTURAL	PAISAJE	X	X	X	3
	EMPLEO	X	X	X	3
	SERVICIOS	X	X	X	3
TOTAL INTERACCIONES		11	10	11	32

Cuadro 105. Matriz de Calificación de impactos

Matriz de Calificación de Impactos								
CONSTRUCCION Y OPERACIÓN DEL HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT								
ACTIVIDAD	IMPACTO	Area de Influencia	Posibilidad de Ocurrencia	Duración	Clase de Impacto	Magnitud	Mitigabilidad	Clasificación Total
Transporte de Material para la Construcción	IMPACTOS POSITIVOS							
	Social: Incremento de la actividad socioeconomica por la actividad de compra, venta y transporte	4	2	3	P	3	-	3
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Paisaje: Modifica el paisaje por el tránsito de vehículos pesados para el transporte de materiales	2	5	3	N	2	3	3
	Aire: Alteración de la calidad de aire por operación de los volquetes de carga para transportar materiales	3	4	3	N	2	2	2,8
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por operación de los volquetes de carga para transportar materiales	2	4	2	N	2	3	2,6
	Ecosistema: Posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	3	5	2	N	3	3	3,2
Salud del Ser Humano: Posibilidad de afectación del sistema respiratorio con la emisión de polvo al transitar los vehículos pesados con material de construcción.	3	4	3	N	2	2	2,8	
Almacenamiento de materiales para la construcción	IMPACTOS POSITIVOS							
	Social: Incrementa la actividad socioeconómica por la actividad de almacenamiento de Materiales	2	1	3	P	2	-	2
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Paisaje: Modifica el paisaje por la acumulación de materiales para la construcción en la zona de influencia.	1	4	3	N	2	2	2,4
	Flora: Posibilidad de afectación directa a individuos de especies de flora por acumulación de materiales.	1	3	3	N	2	2	2,2
Ecosistema: posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	3	3	3	N	2	3	2,8	

Cuadro 105. Continuación

		IMPACTOS POSITIVOS						
Construcción de Instalaciones	Social: Incrementa la actividad socioeconómica en el sector del proyecto.	4	3	3	P	2	-	3
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Paisaje: Modifica el paisaje por la construcción de los espacios arquitectónicos	3	1	2	N	2	3	2,2
	Paisaje: Alteración del paisaje por presencia del personal responsable de la construcción	2	1	2	N	2	3	2
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por operación de la maquinaria necesaria para la construcción (mezcladora de concreto, vibradores, taladros, otros).	3	1	2	N	2	3	2,2
	Flora: Remoción de ejemplares de flora o parte de los responsables de la construcción	1	1	2	N	2	2	1,6
	Residuos Sólidos: Disposición inadecuada de desechos sólidos por parte del personal responsable de la construcción	3	1	2	N	2	3	2,2
	Fauna: Desplazamiento de especies por ruido de maquinaria para la construcción	3	1	2	N	2	3	2,2
	Fauna : Perturbación de animales por comportamiento de los responsables de la construcción	3	1	2	N	3	3	2,4
	Ecosistema: Posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	3	2	2	N	3	2	2,4
	Salud del Ser Humano: Posibilidad de afectar al sistema respiratorio con la emisión de partículas de polvo en el proceso constructivo.	3	3	3	N	3	2	2,8
		IMPACTOS POSITIVOS						
Operación, Servicio y Mantenimiento	Recursos Socio Económicos: Incrementa la actividad socioeconómica en el sector por la actividad de construcción y mantenimiento de la infraestructura arquitectónica, equipos y motores del Hotel.	4	5	4	P	5	-	4,5
	Recurso Social: Aumento del nivel de satisfacción del cliente por un adecuado servicio y mantenimiento de la infraestructura y sus equipos.	4	5	4	P	4	-	4,25
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Paisaje: Modifica el paisaje por el tránsito de los huéspedes	2	4	3	N	2	2	2,6
	Aire: Alteración de la calidad de aire por operación de equipos y motores	3	4	3	N	2	3	3
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por operación de equipos y motores	3	3	3	N	2	3	2,8
Fauna: Desplazamiento de especies por el ruido producido por equipos y motores	3	4	2	N	2	3	2,8	
Ecosistema: Posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	2	3	3	N	2	3	2,6	

Cuadro 105. Continuación

Manejo de Residuos Sólidos	IMPACTOS POSITIVOS							
	Social: Incrementa la conciencia del adecuado manejo de los residuos sólidos en beneficio de la sociedad y el entorno natural que la rodea	4	3	3	P	4	-	3,5
	Recursos Económicos: Incremento de recursos por concepto de pago de la tasa de Recolección y Manejo de Residuos Sólidos	4	5	3	P	4	-	4
	Ecosistema: El entorno natural se beneficia por el adecuado manejo de los residuos	5	4	3	P	4	-	4
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Paisaje: Alteración del paisaje por un inadecuado manejo de residuos sólidos en la operación	2	4	3	N	2	3	2,8
	Fauna : Perturbación de animales por comportamiento de los responsables del manejo de residuos.	3	3	3	N	2	3	2,8
	Ecosistema: Degradación del entorno por la inadecuada ubicación de los residuos por parte del personal responsable del manejo de los residuos en la operación.	3	4	3	N	2	3	3
	Salud del Ser Humano: Posibilidad de adquirir enfermedades por contacto con residuos sólidos contaminados	3	3	3	N	2	2	2,6
	Manejo de las aguas contaminadas	IMPACTOS POSITIVOS						
Social: Incrementa la conciencia del adecuado manejo de las aguas residuales y la conservación del entorno natural.		5	3	3	P	4	-	3,75
Recursos Económicos: Incremento de recursos por concepto de pago en alcantarillados.		4	5	3	P	4	-	4
Ecosistema: El buen manejo de aguas residuales y mantenimiento del mismo.		5	4	3	P	4	-	4
IMPACTOS NEGATIVOS								
Paisaje: Alteración del paisaje por un inadecuado manejo de las aguas residuales		3	4	3	N	3	3	3,2
Fauna : Desplazamiento de especies por contaminación del entorno natural		4	4	3	N	2	4	3,4
Ecosistema: Deterioro del sistema.		3	4	2	N	3	4	3,2
Salud del Ser Humano: Posibilidad de adquirir enfermedades por el inadecuado manejo de las aguas residuales		4	5	3	N	2	3	3,4
Aire: Alteración de la calidad de aire por la generación de gases y malos olores provenientes de las aguas residuales		5	5	3	N	2	4	3,8
Suelo: Alteración de la calidad del suelo por filtración de las aguas en cuerpos subterráneos	2	5	3	N	3	2	3	

Cuadro. 105. Continuación

Captación y suministro de agua	IMPACTOS POSITIVOS							
	Recursos económicos: Incremento del recurso en la zona del proyecto por el cobro del consumo del agua	3	4	3	P	3	-	3,25
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Económico: Falta del control del uso y ahorro de agua	3	3	3	N	2	1	2,4
	Paisaje: Modifica el paisaje por la instalación de tanques de almacenamiento	3	1	2	N	3	0	1,8
	Ecosistema: Desperdicio del recurso hídrico por fugas en las tuberías	3	2	2	N	4	2	2,6
	Fauna: Cambio de comportamiento en la fauna por presencia de bebederos debido a las fugas de agua	3	1	3	N	3	1	2,2
	Flora: Remoción de ejemplares de flora por la instalación de tuberías	3	1	3	N	3	1	2,2
Captación, suministro de Energía Eléctrica y Comunicaciones	IMPACTOS POSITIVOS							
	Recursos Económicos: Incremento del servicio de Energía y comunicaciones en la zona, mejora en las tarifas	3	4	3	P	3	-	3,25
	IMPACTOS NEGATIVOS							
	Económico: Falta del control del uso y ahorro de energía	3	3	2	N	2	1	2,2
	Paisaje: Modifica el paisaje por la instalación de postes, antenas y redes	2	1	5	N	3	0	2,2
	Paisaje: Alteración del paisaje por presencia de personal en los mantenimientos constantes en las redes	2	1	2	N	2	1	1,6
	Fauna: Desplazamiento de especies por el ruido generado en la instalación de redes	3	1	2	N	3	2	2,2
	Fauna: Alteración de la fauna silvestre	3	1	2	N	3	2	2,2
Flora: Remoción de ejemplares de flora por la instalación y mantenimiento de redes	3	1	2	N	3	2	2,2	
Clasificación Total del Impacto:								
Ninguno = 0; Muy Bajo = 1; Bajo = 2; Medio = 3; Alto = 4; Muy Alto = 5								

6.2.2 Plan de Mitigación

Cuadro 106. Medidas de mitigación: transporte y almacenamiento de materiales para la construcción

Medidas de Mitigación		
Actividad	Impacto	Medida Mitigadora
Transporte de materiales para la construcción	Ambiente Antrópico: Empleo de trabajadores y riesgo laboral.	Implementar un plan de seguridad ocupacional y dotar a los trabajadores de equipos de protección individual.
	Paisaje: modifica el paisaje por el tránsito de vehículos pesados.	Definir horario de tránsito de vehículos pesados, con la finalidad de minimizar la sobrecarga vehicular en las áreas de circulación.
	Aire: Alteración de la calidad de aire por operación de los volquetes de carga para transportar materiales.	Utilizar lonas de cubierta en las volquetas que trasladan el material de construcción, evitando la alteración del aire por el desprendimiento de partículas de polvo.
		Adecuar las rutas de acceso, adoquinar las vías o en su defecto humedecer permanentemente los caminos con la finalidad de mitigar las emisiones de polvos.
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por operación de los volquetes de carga para transportar materiales.	Implementar un plan de concientización de los trabajadores con la finalidad que no generen ruido innecesario al conducir los vehículos y maquinaria (pito, etc.)
	Ecosistema: posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	Elaborar normas de seguridad de trabajo, con las respectivas indicaciones para el uso de vehículos (Ej.: velocidad límite para minimizar la generación de polvo).
	Salud del Ser Humano: Posibilidad de afectación al sistema respiratorio con la emisión de polvo al transitar los vehículos pesados con material de construcción.	Utilizar lonas de cubierta en las volquetas que trasladan el material de construcción, evitando la alteración del aire por el desprendimiento de partículas de polvo.
El personal debe utilizar mascarillas.		

Cuadro 106. Continuación

Almacenamiento de materiales para la construcción	Ambiente Antrópico: Empleo de trabajadores y riesgo laboral.	Implementar un plan de seguridad ocupacional y dotar a los trabajadores de equipos de protección individual.
	Paisaje: Modifica el paisaje por la acumulación de materiales para la construcción en la zona de influencia del proyecto.	Acumular el material de acuerdo a una adecuada planificación de ejecución de obras, evitando la sobrecarga del área.
		Acumular el material únicamente en la zona destinada para esta actividad, con la finalidad que el bosque que rodea al área sirva de barrera visual, minimizando de esta manera el impacto.
	Flora: Posibilidad de afectación directa a individuos de especies de flora por acumulación de materiales.	Ubicar el material únicamente en la zona destinada para esta actividad, evitando la afectación de las áreas de influencia.
	Ecosistema: posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	Elaborar normas de control para evitar el ingreso de especies introducidas en la zona de proyecto.

Cuadro 107. Medidas de mitigación fase construcción

Medidas de Mitigación		
Actividad	Impacto	MEDIDA MITIGADORA
Construcción	Ambiente Antrópico: Empleo de trabajadores y riesgo laboral	Implementar un plan de seguridad ocupacional y dotar a los trabajadores de equipos de protección individual.
	Paisaje: modifica el paisaje por la construcción de los espacios arquitectónicos.	Las dimensiones, en especial las alturas, de cada infraestructura no deben sobrepasar de las establecidas en el proyecto.
	Paisaje: Alteración del paisaje por presencia del personal responsable de la construcción.	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores, con la finalidad de minimizar los impactos provocados por su presencia.
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por operación de la maquinaria necesaria para la construcción (mezcladora de concreto, vibradores, taladros, otros).	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores con la finalidad que no generen ruido innecesario al operar los vehículos y maquinaria.
	Flora: remoción de ejemplares de flora o parte de los responsables de la construcción.	En lo posible se deben preservar los árboles y suprimir el mínimo de vegetación. Los árboles son un bio indicador de contaminación y pueden contribuir para indicar problemas de contaminación. Además, el bosque en pie contribuirá a minimizar impactos paisajísticos.
		Suprimir solamente la vegetación necesaria y preservar los nidos de animales y ecosistemas locales.
	Residuos sólidos – Disposición Inadecuada de desechos sólidos por parte del personal responsable de la construcción.	Entrenamiento y capacitación de los trabajadores de las obras a construir con el objetivo del adecuado manejo de los desechos generados en la etapa constructiva.
		Emplazamiento de baterías sanitarias portátiles para el uso de los trabajadores de las obras de construcción.
	Fauna: Desplazamiento de especies por ruido de maquinaria para la construcción.	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores con la finalidad que no generen ruido innecesario al operar los vehículos y maquinaria.
Fauna – Perturbación de animales por comportamiento de los responsables de la construcción.	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores con la finalidad de no perturbar a la fauna del área del proyecto.	
Ecosistema: posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	Elaborar normas de control para evitar el ingreso de especies introducidas en la zona de proyecto.	

Cuadro 108. Medidas de mitigación operación y mantenimiento

Actividad	Impacto	MEDIDA MITIGADORA
Operación y Mantenimiento	Ambiente Antrópico: Empleo de trabajadores y riesgo laboral	Implementar un plan de seguridad ocupacional y dotar a los trabajadores de equipos de protección individual.
	Ambiente Antrópico: Fallas humanas y mecánicas. Accidentes laborales. Operación y mantenimiento del Complejo.	Realizar auditorías periódicas y capacitación profesional, entrenamiento. Implementar un plan de seguridad ocupacional.
	Paisaje: modifica el paisaje por el tránsito de huéspedes.	Establecer las áreas públicas, operativas y zonas restringidas a través de una adecuada señalización.
	Aire: Alteración de la calidad de aire por operación de equipos y motores de la operación y mantenimiento.	Adquirir equipos de alto rendimiento y baja generación de ruido, e instalarlos adecuadamente, en zonas insonorizadas.
		Mantenimiento mecánico periódico de los equipos y motores. Nombrar a una persona responsable del área de mantenimiento.
		Establecer registro formal de mantenimiento.
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por operación de equipos.	Instalación de equipos de baja generación de ruido. Mantenimiento mecánico periódico de los equipos. Establecer registro formal de mantenimiento.
	Fauna: Desplazamiento de especies por el ruido producido por los trabajos diarios en la operación y mantenimiento.	Implementar programas de educación ambiental para los trabajadores y aclaración sobre normas de conductas al utilizar los equipos (pito, aceleración de vehículos innecesaria, música a alto volumen, etc.).
		Mantenimiento mecánico periódico de los equipos para evitar ruidos indeseados, como los producidos por rotura de escapes e inadecuada regulación de motores, etc.
	Fauna – Perturbación de animales por comportamiento de los responsables de la operación y mantenimiento.	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores con la finalidad de no perturbar a la fauna del área del proyecto.
Ecosistema: posibilidad de introducción de especies de flora, fauna y microorganismos.	Elaborar normas de control para evitar el ingreso de especies introducidas en la zona de la operación y su área de influencia.	
Ecosistema: degradación del entorno por la inadecuada ubicación de los residuos por parte del personal de servicio y mantenimiento del Hotel.	Elaborar normas de control para evitar la inadecuada ubicación de los residuos.	
	Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores y huéspedes, con la finalidad de manejar y disponer adecuadamente los residuos.	

Cuadro 109. Medidas de mitigación Residuos solidos

Medidas de Mitigación		
Actividad	Impacto	MEDIDA MITIGADORA
Residuos Sólidos	Ambiente Antrópico: Empleo de trabajadores y riesgo laboral	Implementar un plan de seguridad ocupacional y dotar a los trabajadores de equipos de protección individual.
	Ambiente Antrópico: Fallas humanas y mecánicas. Accidentes laborales. Operación y mantenimiento complejos.	Realizar auditorías periódicas y capacitación profesional, entrenamiento. Implementar un plan de seguridad ocupacional.
	Paisaje: Alteración del paisaje por un inadecuado manejo de residuos sólidos en la operación.	Elaborar y poner en práctica un Plan Integral de Manejo de Residuos Sólidos, en el cual se involucre la participación del personal, propietarios y huéspedes.
	Fauna: Contaminación de la fauna local por la inadecuada disposición y manejo de los Residuos Sólidos en la operación.	Elaborar y poner en práctica un Plan Integral de Manejo de Residuos Sólidos en el cual se involucre la participación del personal, propietarios y huéspedes.
	Fauna: Perturbación de animales por comportamiento de los responsables del manejo de los residuos sólidos.	Implementar programas de educación ambiental para los trabajadores y aclaración sobre normas de conductas en la operación y su zona de influencia.
	Ecosistema: Degradación del entorno por la inadecuada ubicación de los residuos por parte del personal responsable del manejo de los residuos inorgánicos.	Elaborar normas de control para evitar la inadecuada ubicación de los residuos sólidos. Implementar un plan de concientización dirigido a los trabajadores con la finalidad de manejar y disponer adecuadamente los residuos sólidos.
	Salud del Ser Humano: Posibilidad de adquirir enfermedades por contacto con productos inorgánicos contaminantes.	El personal deberá usar mascarillas con filtro, guantes de lona, botas y overol. Además, se realizaran exámenes médicos periódicamente.

Cuadro 110. Medidas de mitigación manejo de aguas residuales

Medidas de Mitigación		
Actividad	Impacto	MEDIDA MITIGADORA
Manejo de Aguas Residuales	Ambiente Antrópico: Empleo de trabajadores y riesgo laboral	Implementar un plan de seguridad ocupacional y dotar a los trabajadores de equipos de protección individual. Establecer medidas de contingencia de seguridad ocupacional.
	Ambiente Antrópico: Accidentes y enfermedades	Implementar un programa de educación y concientización de la comunidad, sobre el adecuado manejo de las aguas residuales Establecer un plan comunitario con el apoyo de la municipalidad para facilitar el adecuado manejo de las aguas residuales
	Paisaje: Alteración del paisaje por presencia de reboses o derrames de aguas residuales – grasas en la zona de influencia de la operación.	Instalar sistemas de tratamiento de aguas residuales por separado. Para el manejo de aguas negras se puede optar por un sistema séptico Para las aguas jabonosas, provenientes de baños y cocina, se recomienda la instalación de trampas para grasas.
	Aire: Alteración de la calidad del aire por la inadecuada disposición y tratamiento de aguas residuales – grasas de la operación.	Instalar sistemas de tratamiento debidamente certificados y probados en el ámbito nacional y/o internacional, con la finalidad de dar un adecuado tratamiento a las aguas residuales
	Suelo: Alteración de la calidad del suelo por posibles infiltraciones de líquidos producidos por el inadecuado manejo de las aguas residuales	Realizar revisiones y mantenimientos periódicos del buen funcionamiento de los sistemas por paralelo. Nombrar un responsable de referida actividad. Llevar un registro de revisión y mantenimiento oficial.
	Ruido: Alteración de los niveles de ruido por la operación de la maquinaria de la planta de tratamiento de aguas negras.	Seleccionar un sistema de tratamiento amigable con el entorno natural (no producción de ruido), sistema sugerido (Humedal artificial)
	Fauna: Desplazamiento de especies por contaminación del entorno natural., debido al inadecuado manejo de aguas residuales	Instalar sistemas de tratamiento debidamente certificados y probados en el ámbito nacional y/o internacional, con la finalidad de dar un adecuado tratamiento a las aguas residuales Mantenimiento mecánico periódico de los sistemas instalados.
	Ecosistema: Deterioro del sistema, el mismo que puede inducir a la introducción de especies introducción de flora, fauna y microorganismos.	Mantenimiento mecánico periódico de los sistemas instalados. Elaborar normas de control para evitar el ingreso de especies introducidas en la zona de proyecto.
	Salud del Ser Humano: Posibilidad de adquirir enfermedades por el inadecuado manejo de las aguas negras y jabonosas.	El personal encargado del mantenimiento de los sistemas de tratamiento, deberán usar mascarillas con filtro, guantes de lona, botas y overol. Además, se realizarán exámenes médicos periódicamente.

Cuadro 111. Medidas de mitigación captación y suministro de agua

Medidas de Mitigación		
Actividad	Impacto	MEDIDA MITIGADORA
Captación y Suministro de Agua	Económico: Falta de control en el ahorro y consumo del recurso por área operativa.	Instalación de medidores para agua por área operativa, con la finalidad de establecer medidas de ahorro y consumo.
		Elaboración y puesta en marcha de un plan de manejo de ahorro y consumo de agua.
	Paisaje: Modifica el paisaje por instalación de tanques	Concienciación del personal, propietarios y huéspedes, sobre el uso sostenible del recurso.
		Construcción de cisternas para agua bajo nivel cero, con los lineamientos técnicos necesarios.
	Ecosistema: Desperdicio del recurso hídrico por fugas de agua en las tuberías, acometidas y surtidores	Elaboración y puesta en marcha de un plan de manejo de ahorro y consumo de agua.
		Revisión y Mantenimiento permanente del sistema de distribución del recurso.
		Nombrar un responsable del mantenimiento del sistema, quien llevará un registro periódico y oficial.
	Fauna: Cambio de comportamiento de la fauna por presencia de bebederos producto de fugas de agua.	Revisión y Mantenimiento permanente del sistema de distribución del recurso, con la finalidad de evitar fugas.
		Nombrar un responsable del mantenimiento del sistema, quien llevará un registro periódico y oficial.
	Fauna: Perturbación de animales por comportamiento de los responsables de la instalación de las tuberías y acometidas.	Implementar programas de educación ambiental para los trabajadores y aclaración sobre normas de conductas en la operación y su zona de influencia.
Flora: remoción de ejemplares de flora o parte de los responsables de la instalación de las tuberías y acometidas.	En lo posible se deben preservar los árboles y suprimir el mínimo de vegetación.	
	Suprimir solamente la vegetación necesaria y preservar los nidos de animales y ecosistemas locales.	

Cuadro 112. Medidas de mitigación captación y suministro de electricidad y comunicaciones

Medidas de Mitigación		
Actividad	Impacto	MEDIDA MITIGADORA
Captación y Suministro de Electricidad y Comunicaciones	Económico: Falta de control en el ahorro y consumo del recurso por área operativa.	Instalación de un medidor general para luz, con la finalidad de establecer medidas de ahorro y consumo.
		Elaboración y puesta en marcha de un plan de manejo de ahorro y consumo eléctrico.
		Concienciación del personal, propietarios y huéspedes, sobre el uso sostenible del recurso.
		Instalación de sistemas alternativos de energía (paneles solares) en áreas y servicios específicos de la operación.
	Paisaje: modifica el paisaje por el tendido de cable aéreo y postes.	Construcción de un sistema subterráneo para conducir toda la acometida eléctrica de la operación.
	Paisaje: Alteración del paisaje por presencia del personal responsable del tendido eléctrico y de comunicaciones	Implementar programas de educación ambiental para los trabajadores y aclaración sobre normas de conductas en la operación y su zona de influencia.
	Fauna: Perturbación de especies de fauna de vida silvestre (en especial insectos y fauna nocturna).	Instalación de focos tipo LED de color amarillo con la finalidad de minimizar la atracción de insectos hacia las instalaciones, y evitar el cambio de comportamiento de la fauna de vida silvestre.
	Fauna: Desplazamiento de especies por el ruido producido por los responsables del tendido eléctrico y de comunicaciones.	Implementar programas de educación ambiental para los trabajadores y aclaración sobre normas de conductas en la operación y su zona de influencia.
Flora: remoción de ejemplares de flora o parte de los responsables del suministro eléctrico y de comunicaciones.	Desmontar la vegetación arbustiva en los sitios predeterminados en el estudio de ingeniería.	
	En lo posible se deben preservar los árboles y suprimir el mínimo de vegetación.	
	Suprimir solamente la vegetación necesaria y preservar los nidos de animales y ecosistemas locales.	

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor Presente Neto: El valor presente neto o el valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del proyecto con respecto a las variables económicas y financiera del mercado, con una tasa de interés de oportunidad (TIO) del mercado o 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 (del inglés Weighted Average Cost of Capital) denominado en ocasiones en

español Promedio Ponderado del Costo de Capital o Coste Medio Ponderado de Capital (CMPC). Se trata de la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos operativos para valuar una empresa utilizando el descuento de flujos de fondos.

El resultado que se obtiene será un porcentaje, y se aceptarán cualquier inversión que esté por encima de este.

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.

Desde el punto de vista matemático 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 años⁷²) más una prima de riesgo Medio (10%)

CAA Capital aportado por los accionistas

D Deuda financiera contraída

Kd Costo de la deuda financiera

T Tasa de Impuestos

Es de aclararse también que como las proyecciones se están realizando a precios constantes esta tasa debe deflactarse para ajustarla a la situación presente.

⁷² Página oficial Banco de Republica, tasas de captación semanales, Url: www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_tas_inter_capt_sem_men.htm, fecha de consulta 20 mayo 2013

De acuerdo con lo anterior se tiene una tasa del 11,31% efectivo anual.; valor obtenido sobre el riesgo que implica desarrollar una actividad comercial como lo es la prestación de servicios de hospedaje (Ver cuadro 113)

Cuadro 113. Tasa de Descuento

Tasa Libre de Riesgo	5,75%	TES a 10 años
Prima de Riesgo Media	10,00%	Anual
Ke	16,33%	Anual
Tasa del Crédito	13,35%	Anual
Beneficio Tributario	33,00%	Anual
Kd	8,95%	Anual
COSTO PROMEDIO DE CAPITAL	15,05%	Anual
Tasa de Inflación	3,36%	Para 2.013
Tasa de Descuento Deflactada	11,31%	Anual

Una vez obtenida la tasa de descuento a utilizar se procede a aplicarla al flujo de caja neto operativo (Cuadro 115) con el fin de traer a presente (pesos del año cero) los flujos futuros generados por la operación del hotel y deducir de éstos el valor de las salidas de efectivo al iniciar el proyecto. De acuerdo con esto, en el cuadro 106 se tiene el cálculo del Valor presente neto.

Cuadro 114. Valor Presente Neto

AÑO	FLUJO ESPERADO	TASA DE DESCUENTO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
Año 0	\$ -3.358.922.550	11,31%	1,000000	\$ -3.358.922.550
Año 1	\$ 723.891.599	11,31%	0,898410	\$ 650.351.528
Año 2	\$ 716.480.847	11,31%	0,807141	\$ 578.300.866
Año 3	\$ 750.487.050	11,31%	0,725143	\$ 544.210.715
Año 4	\$ 785.676.791	11,31%	0,651476	\$ 511.849.683
Año 5	\$ 822.050.983	11,31%	0,585293	\$ 481.140.478
Año 6	\$ 859.603.308	11,31%	0,525833	\$ 452.007.717
Año 7	\$ 898.318.903	11,31%	0,472414	\$ 424.378.075
Año 8	\$ 938.172.866	11,31%	0,424421	\$ 398.180.416
Año 9	\$ 979.128.531	11,31%	0,381304	\$ 373.345.880
Año 10	\$ 1.178.619.963	11,31%	0,342568	\$ 403.757.012
VALOR PRESENTE ANUAL				\$ 1.458.599.820

Cuadro 115. Flujo neto de caja

		Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
Ingresos operacionales		\$ 1.166.334.583	\$ 1.218.345.042	\$ 1.272.789.590	\$ 1.329.782.143	\$ 1.389.441.947
Recuperación de Cartera			\$ 106.030.417	\$ 110.758.640	\$ 115.708.145	\$ 120.889.286
Total de Ingresos Operacionales		\$ 1.166.334.583	\$ 1.324.375.459	\$ 1.383.548.230	\$ 1.445.490.287	\$ 1.510.331.233
Pagos de Costos						
Pago de Materia Prima		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de Mano de Obra Directa	Cuadro 78	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Pago Costos Indirectos Fijos	Cuadro 92	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Depreciaciones	Cuadro 79	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826
Pago Costos Indirectos Variables	Cuadro 93	\$ 54.086.400	\$ 56.617.644	\$ 59.267.349	\$ 62.041.061	\$ 64.944.583
Total Pagos de Costos Operacionales		\$ 280.388.889	\$ 282.920.132	\$ 285.569.838	\$ 288.343.550	\$ 291.247.071
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		\$ 885.945.695	\$ 1.041.455.326	\$ 1.097.978.392	\$ 1.157.146.737	\$ 1.219.084.161
Pagos de Gastos						
Pago de Gastos de Administración	Cuadro 80	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
Amortizaciones	Cuadro 77	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300
Depreciaciones	Cuadro 79	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499
Pago de Impuestos		\$ -	\$ 162.920.384	\$ 185.437.247	\$ 209.415.851	\$ 234.979.083
Total Pago de Gastos Operacionales		\$ 162.054.095	\$ 324.974.479	\$ 347.491.342	\$ 371.469.947	\$ 397.033.178
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO		\$ 723.891.599	\$ 716.480.847	\$ 750.487.050	\$ 785.676.791	\$ 822.050.983
Inversiones						
Inversión Fija	Cuadro 76	\$ 3.132.992.749				\$ 34.824.305
Inversión Diferida	Cuadro 77	\$ 152.963.000				
Inversión en Capital de Trabajo		\$ 72.966.801				
Total de Inversiones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 34.824.305
FLUJO DE CAJA LIBRE		\$ -	\$ 723.891.599	\$ 716.480.847	\$ 750.487.050	\$ 785.676.791
Financiación						
Aportes de los socios		\$ 1.358.922.550				
Crédito Financiero	Cuadro 91	\$ 2.000.000.000				
Otras Fuentes de Ingresos		\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Total Ingresos de Financiación		\$ 3.358.922.550	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Egresos de Financiación						
Abonos a capital		\$ 106.729.994	\$ 120.982.429	\$ 137.138.095	\$ 155.451.146	\$ 176.209.671
Pago de Intereses		\$ 245.975.798	\$ 231.723.363	\$ 215.567.697	\$ 197.254.646	\$ 176.496.121
Gravamen del 4 x 1.000		\$ 5.089.460	\$ 5.316.415	\$ 5.553.991	\$ 5.802.686	\$ 6.063.019
Pago de Utilidades						
Total Egresos de Financiación		\$ -	\$ 357.795.252	\$ 358.022.207	\$ 358.508.478	\$ 358.768.811
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN		\$ 3.358.922.550	\$ -261.795.252	\$ -262.022.207	\$ -262.508.478	\$ -262.768.811
FLUJO NETO DE CAJA		\$ 3.358.922.550	\$ 462.096.347	\$ 454.458.640	\$ 488.227.267	\$ 524.457.867
Flujo de caja del período		\$ 3.358.922.550	\$ 462.096.347	\$ 454.458.640	\$ 488.227.267	\$ 524.457.867
Saldo anterior de Caja y Bancos		\$ 72.966.801	\$ 535.063.148	\$ 989.521.789	\$ 1.477.749.055	\$ 2.000.917.369
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS		\$ 3.358.922.550	\$ 535.063.148	\$ 989.521.789	\$ 1.477.749.055	\$ 2.525.375.235

Cuadro 115. Continuación

		Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
Ingresos operacionales		\$ 1.451.893.830	\$ 1.517.268.461	\$ 1.585.702.625	\$ 1.657.339.508	\$ 1.889.813.451
Recuperación de Cartera		\$ 126.312.904	\$ 131.990.348	\$ 137.933.496	\$ 144.154.784	\$ 150.667.228
Total de Ingresos Operacionales		\$ 1.578.206.734	\$ 1.649.258.809	\$ 1.723.636.122	\$ 1.801.494.292	\$ 2.040.480.679
Pagos de Costos						
Pago de Materia Prima		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de Mano de Obra Directa	Cuadro 78	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683	\$ 142.111.683
Pago Costos Indirectos Fijos	Cuadro 92	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631	\$ 247.712.631
Depreciaciones	Cuadro 79	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826	\$ -163.521.826
Pago Costos Indirectos Variables	Cuadro 93	\$ 67.983.989	\$ 71.165.640	\$ 74.496.192	\$ 77.982.614	\$ 81.632.200
Total Pagos de Costos Operacionales		\$ 294.286.478	\$ 297.468.129	\$ 300.798.681	\$ 304.285.102	\$ 307.934.689
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		\$ 1.283.920.256	\$ 1.351.790.681	\$ 1.422.837.441	\$ 1.497.209.190	\$ 1.732.545.991
Pagos de Gastos						
Pago de Gastos de Administración		\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895	\$ 179.690.895
Amortizaciones	Cuadro 77	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300	\$ -15.296.300
Depreciaciones	Cuadro 79	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499	\$ -2.340.499
Pago de Impuestos		\$ 262.262.853	\$ 291.417.682	\$ 322.610.480	\$ 356.026.563	\$ 391.871.933
Total Pago de Gastos Operacionales		\$ 424.316.949	\$ 453.471.778	\$ 484.664.575	\$ 518.080.658	\$ 553.926.028
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO		\$ 859.603.308	\$ 898.318.903	\$ 938.172.866	\$ 979.128.531	\$ 1.178.619.963
Inversiones						
Inversión Fija	Cuadro 76	\$ 3.132.992.749				
Inversión Diferida	Cuadro 77	\$ 152.963.000				
Inversión en Capital de Trabajo		\$ 72.966.801				
Total de Inversiones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA LIBRE		\$ -	\$ 859.603.308	\$ 898.318.903	\$ 938.172.866	\$ 979.128.531
Financiación						
Aportes de los socios		\$ 1.358.922.550				
Crédito Financiero	Cuadro 91	\$ 2.000.000.000				
Otras Fuentes de Ingresos		\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Total Ingresos de Financiación		\$ 3.358.922.550	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000	\$ 96.000.000
Egresos de Financiación						
Abonos a capital		\$ 199.740.234	\$ 226.413.005	\$ 256.647.586	\$ 290.919.611	\$ 329.768.229
Pago de Intereses		\$ 152.965.558	\$ 126.292.787	\$ 96.058.206	\$ 61.786.181	\$ 22.937.563
Gravamen del 4 x 1.000		\$ 6.335.537	\$ 6.620.808	\$ 6.919.430	\$ 7.232.027	\$ 7.559.254
Pago de Utilidades						
Total Egresos de Financiación		\$ -	\$ 359.041.329	\$ 359.326.600	\$ 359.937.819	\$ 360.265.046
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN		\$ 3.358.922.550	\$ -263.041.329	\$ -263.326.600	\$ -263.937.819	\$ -264.265.046
FLUJO NETO DE CAJA		\$ 3.358.922.550	\$ 596.561.979	\$ 634.992.303	\$ 674.547.644	\$ 914.354.917
Flujo de caja del período		\$ 3.358.922.550	\$ 596.561.979	\$ 634.992.303	\$ 674.547.644	\$ 914.354.917
Saldo anterior de Caja y Bancos		\$ 2.525.375.235	\$ 3.121.937.214	\$ 3.756.929.518	\$ 4.431.477.162	\$ 5.146.667.875
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS		\$ 3.358.922.550	\$ 3.121.937.214	\$ 3.756.929.518	\$ 4.431.477.162	\$ 5.146.667.875

Como el valor presente neto arrojado en el cuadro 114 es positivo \$1.458.599.820, se deduce que el proyecto se acepta.

6.3.2 Tasa Interna de Retorno. 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) tomado del cuadro 5

$$r = \text{TIR} = ?$$

t = Período de 0 hasta 10 años

Aplicando y reemplazando sus valores en fórmula, se obtiene que la TIR del proyecto usando la herramienta Excel es 20,18% anual, tal como se presenta en el cuadro 116.

Cuadro 116. Tasa Interna de Retorno

Año 0	\$ -3.358.922.550
Año 1	\$ 723.891.599
Año 2	\$ 716.480.847
año 3	\$ 750.487.050
Año 4	\$ 785.676.791
Año 5	\$ 822.050.983
Año 6	\$ 859.603.308
Año 7	\$ 898.318.903
Año 8	\$ 938.172.866
Año 9	\$ 979.128.531
Año 10	\$ 1.178.619.963
TIR	20,18%

La tasa de 20,18 % comparada con la tasa de mercado financiero y las variables económicas es muy superior, por lo tanto se concluye que el proyecto desde el punto de económico es viable.

6.3.3 Periodo de recuperación. Siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto se den, el monto de \$3.358.922.550 se recuperará al cabo de seis (6) años, tres (3) meses) y catorce (14) días, tiempo considerado de largo plazo.

Cuadro 117. Periodo de recuperación

AÑO		FLUJO ESPERADO	TASA DE DESCUENTO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL	VALOR ACTUAL AJUSTADO
Año	0	\$ -3.358.922.550	11,31%	1,000000	\$ -3.358.922.550	\$ -3.358.922.550
Año	1	\$ 723.891.599	11,31%	0,898410	\$ 650.351.528	\$ -2.708.571.021
Año	2	\$ 716.480.847	11,31%	0,807141	\$ 578.300.866	\$ -2.130.270.155
Año	3	\$ 750.487.050	11,31%	0,725143	\$ 544.210.715	\$ -1.586.059.441
Año	4	\$ 785.676.791	11,31%	0,651476	\$ 511.849.683	\$ -1.074.209.758
Año	5	\$ 822.050.983	11,31%	0,585293	\$ 481.140.478	\$ -593.069.280
Año	6	\$ 859.603.308	11,31%	0,525833	\$ 452.007.717	\$ -141.061.563
Año	7	\$ 898.318.903	11,31%	0,472414	\$ 424.378.075	\$ 283.316.512
Año	8	\$ 938.172.866	11,31%	0,424421	\$ 398.180.416	\$ 681.496.928
Año	9	\$ 979.128.531	11,31%	0,381304	\$ 373.345.880	\$ 1.054.842.808
Año	10	\$ 1.178.619.963	11,31%	0,342568	\$ 403.757.012	\$ 1.458.599.820

6.3.4 Análisis de las razones financieras

Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez y endeudamiento para el primer año de funcionamiento de la empresa Hotel Campestre Country Resort en la zona rural del municipio de Sabana de Torres, según el anterior Balance General, ver cuadro 100.

- Razón corriente

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Cuadro 118. Razón corriente

Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
2,26	3,41	4,37	5,16	5,74

Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
6,28	6,72	7,07	7,34	14,08

Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al dividir el activo corriente entre el pasivo corriente, se sabe con cuanto activo corriente se cuenta para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo. En este caso se observa en el cuadro 118 que por cada \$1 que el nuevo hotel debe a corto plazo, durante el primer año, tiene \$2,26 representado en activos corrientes para responder; más interesante es que año a año este indicador mejora pues sus obligaciones de corto plazo van disminuyendo al mismo tiempo que los activos corrientes del proyecto aumentan hasta llegar a una razón corriente de 14,08 en el año diez de operaciones. Este indicador es muy favorable para la empresa porque es un respaldo ante proveedores y entidades financieras ante una posible expansión de la capacidad del hotel

- Capital de trabajo

Cuadro 119. Capital de trabajo

Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
\$ 357.190.752	\$ 777.705.087	\$ 1.228.590.203	\$ 1.710.617.900	\$ 2.189.685.052

Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
\$ 2.736.096.875	\$ 3.315.604.948	\$ 3.928.685.772	\$ 4.575.694.941	\$ 5.630.646.947

Aunque no es exactamente una razón, este representa la diferencia entre el total de activos corrientes y los pasivos de igual naturaleza, es decir con vencimiento o cumplimiento menor o igual a un año. Muestra el valor que le quedaría a la empresa, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la Gerencia tomar decisiones de inversión temporal, para obtener rendimientos financieros sobre los sobrantes temporales.

Para este caso, la empresa cuenta con \$357.190.752 de capital de trabajo disponible para la operación del primer año. Este valor es muy razonable dada la inversión inicial que la empresa está requiriendo para su correcto funcionamiento. Sin embargo, como ya se mencionó en el análisis de la razón corriente, a medida que transcurre el tiempo los pasivos disminuyen haciendo que el capital de trabajo aumente hasta llegar a \$5.630.646.947 luego del año 10 de operaciones

mostrando excedentes que pueden invertirse o repartirse a sus socios inversionistas.

- Nivel de endeudamiento

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total de Activos}}$$

Cuadro 120. Nivel de endeudamiento

Año 2.014	Año 2.015	Año 2.016	Año 2.017	Año 2.018
54,89%	48,65%	42,54%	36,61%	30,90%

Año 2.019	Año 2.020	Año 2.021	Año 2.022	Año 2.023
25,42%	20,18%	15,15%	10,33%	5,69%

Esta razón tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa.

En este caso se observa que para el año uno, por cada peso que la empresa tiene invertido en activos, se ha financiado en 54,89 centavos, es decir que inicialmente más del 50% de los activos del hotel fueron adquiridos a través de fuentes de financiación diferentes a los recursos de los socios.

De acuerdo con lo anterior podría sonar riesgoso, sin embargo como se observa en el cuadro 120, a través de la operación del hotel, este cumple con sus obligaciones y genera los recursos necesarios para año a año ir disminuyendo su endeudamiento terminando al cabo del décimo año casi con un endeudamiento nulo (5,69%). Esto es favorable ya que aunque existe una fuente de financiación externa la operación del negocio genera los recursos para su cubrimiento, convirtiéndose en garantía para los diferentes acreedores y respaldo financiero ante futuras necesidades de recursos.

- Rotación de activos.

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ingresos por venta}}{\text{Total Activos}}$$

Cuadro 121. Rotación de activos.

Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
0,34	0,33	0,32	0,31	0,30

Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
0,29	0,28	0,27	0,26	0,25

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

De acuerdo con lo anterior, la rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 0,34 veces para el primer año y del 0,25 veces para el último año; es decir que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de 34 centavos para el primer año y de 25 centavos para el año 10 de operaciones.

A simple vista parece ser un pésimo indicador por los pocos recursos que genera la operación de la empresa, sin embargo es de tenerse en cuenta que por un lado la inversión en activos fijos es alta, además contablemente al mirar el balance el efectivo disponible año a año crece, que son recursos los cuales pueden reinvertirse o darles un mejor uso para evitar dejarlos latentes.

También es de aclarar que la rentabilidad de un negocio no solo se mide por la rotación de sus activos sino también por el margen de utilidad que se maneja.

- Margen bruto de ganancia

$$\text{Margen Bruto de Ganancia} = \frac{\text{Utilidad antes de impuesto}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Cuadro 122. Margen Bruto de Ganancia

Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
38,80%	42,28%	45,70%	49,08%	52,43%

Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
55,75%	59,06%	62,37%	65,68%	69,01%

Este indicador muestra que por cada peso vendido, que tanto se genera para cubrir los gastos operacionales y no operacionales. Para el presente caso, se tiene que para el primer año el margen bruto de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos del 38,80 centavos, la cual tiene un comportamiento creciente año a año hasta llegar a los 69 centavos.

Lo anterior es un factor que es conveniente para el hotel pues se puede deducir que a medida que para el tiempo los gastos operacionales y no operacionales van disminuyendo debido a la carga financiera que se reduce por su cancelación y la generación de más recursos por incremento en ventas, permitiendo un mayor margen el cual lo pueden disfrutar sus inversionistas.

- Margen de Utilidad Neta

$$\text{Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Cuadro 123. Margen de Utilidad Neta

Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
26,00%	28,33%	30,62%	32,89%	35,13%

Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
37,36%	39,57%	41,79%	44,01%	46,24%

Este indicador muestra la relación que existe de las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos, que pueden contribuir o restar capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas. Para el caso se tiene que por cada peso generado en ventas, en el año uno quedan para los inversionistas 26 centavos luego de cancelas todas las obligaciones (Estado, empleados, acreedores, etc.) terminando el año diez de operaciones con un excelente margen del 46,24%.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas. Se calcula con precios de venta y costos promedio por persona que se hospede en el hotel.

Para determinar el punto de equilibrio se hará sobre las cantidades a vender

$$\text{Cantidad a vender en punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos y gastos fijos}}{\text{Precio vta. / Und.} - \text{costo y gasto Variable / und.}}$$

usando la siguiente fórmula:

Cuadro 124. Punto de Equilibrio

		Costos y Gastos Fijos	Precio de Venta Por Unidad	Unidades Proyectadas	Fracción de Costo Gasto Variable por	Punto de Equilibrio Anual
Año	1	\$ 569.515.209	\$ 55.000	\$ 22.043	\$ 13.478	\$ 13.716
Año	2	\$ 569.515.209	\$ 55.000	\$ 23.075	\$ 12.361	\$ 13.357
Año	3	\$ 569.515.209	\$ 55.000	\$ 24.155	\$ 11.243	\$ 13.015
Año	4	\$ 569.515.209	\$ 55.000	\$ 25.285	\$ 10.119	\$ 12.690
Año	5	\$ 569.515.209	\$ 55.000	\$ 26.468	\$ 8.986	\$ 12.377

El punto de equilibrio para el proyecto está dado por el número de personas que se deben alojar en el hotel con el fin de no incurrir en pérdidas operativas. Tal como se observa en el cuadro 124, para el primer año se necesitan alojar 13.716 personas (servicios de alojamiento), con este nivel de hospedaje le permite a la empresa no incurrir en pérdidas (no gana ni pierde operativamente).

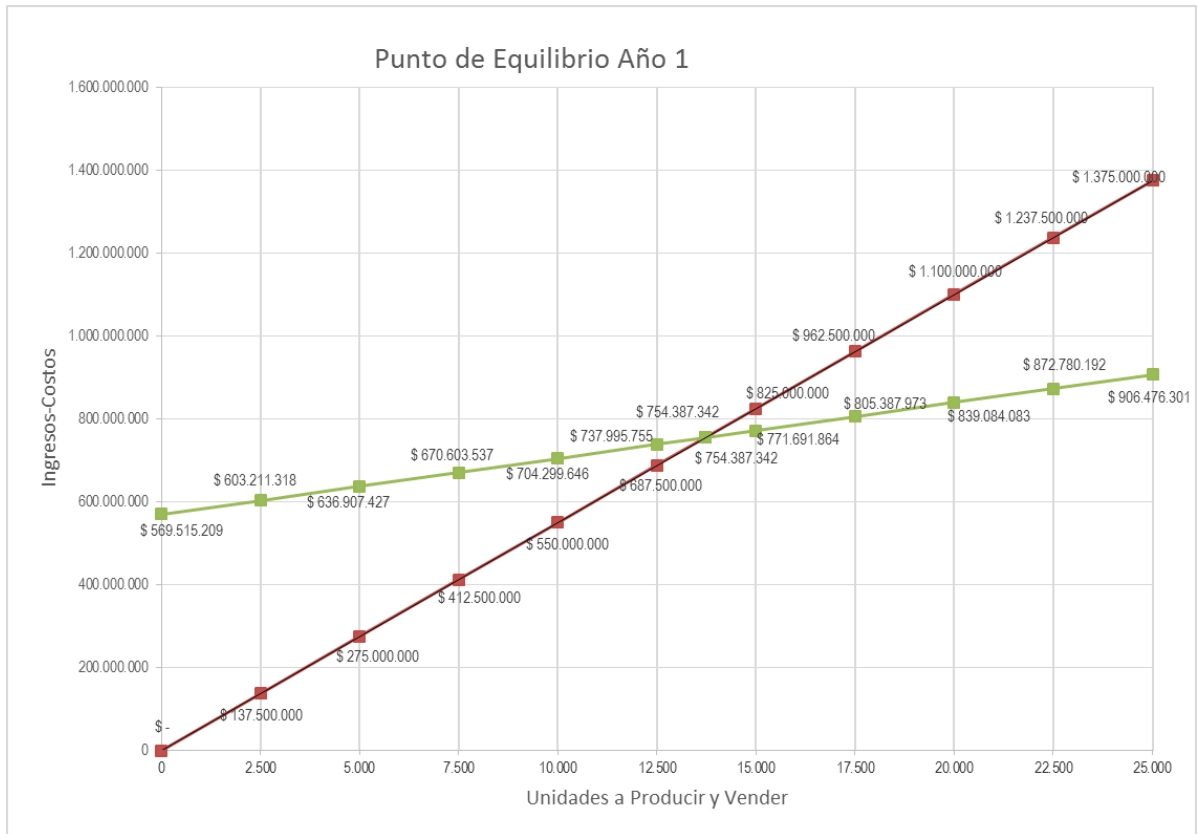
De igual forma, teniendo en cuenta lo anterior, se observa que este nivel de alojamiento no es tan alto pues para el primer año el punto de equilibrio debe alcanzar el 62,22% de los servicios proyectados (22.043) y en el año cuatro los servicios para alcanzar el punto de equilibrio se establecen por debajo del 50% de los servicios proyectados.

Cuadro 125. Cálculos para graficar punto de equilibrio Año 1

Servicios	Ingresos	Total Costos
0	\$ -	\$ 569.515.209
2.500	\$ 137.500.000	\$ 603.211.318
5.000	\$ 275.000.000	\$ 636.907.427
7.500	\$ 412.500.000	\$ 670.603.537
10.000	\$ 550.000.000	\$ 704.299.646
12.500	\$ 687.500.000	\$ 737.995.755
13.716	\$ 754.387.342	\$ 754.387.342
15.000	\$ 825.000.000	\$ 771.691.864
17.500	\$ 962.500.000	\$ 805.387.973
20.000	\$ 1.100.000.000	\$ 839.084.083
22.500	\$ 1.237.500.000	\$ 872.780.192
25.000	\$ 1.375.000.000	\$ 906.476.301

Otra forma de decir lo mismo: el punto de equilibrio se define como aquel nivel en el cual los ingresos provenientes del servicio de hospedaje (ventas) igualan al total de costos. Esto se puede observar en el Cuadro 104, donde al nivel de alojamiento de 13.716 servicios los ingresos (\$754.387.342) se igualan con el total de costos (\$754.387.342), esto también se puede apreciar en la gráfica 26, donde en este punto (13.716 servicios de hospedaje) la línea de ingresos (color rojo) se interseca con la línea de los costos (color verde). Si el hotel vende o presta más servicios de alojamiento se observa que se presentan utilidades pues los ingresos superan los costos, pero si vende menos, la situación es de quebranto operativo.

Gráfica 25. Punto de equilibrio



6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

- El punto de equilibrio permitió conocer que el nivel mínimo de servicios que permite cubrir los costos de tal manera que no se presenten pérdidas es de 13.716 servicios de alojamiento durante el primer año de trabajo de la empresa; y todos los servicios que se presten por encima de esta cifra arrojarán utilidades.
- La evaluación sobre los impactos identificados sobre las distintas fases del proyecto, no generarán impactos ambientales severos sobre el medio ambiente. Con la adopción de medidas preventivas y de mitigación, estructuradas mediante el programa de gestión ambiental, se abordarán todos aquellos aspectos que inciden negativamente en el entorno.

- El valor presente neto, calculado en \$ 1.458.599.820 permitió conocer que el proyecto tendrá un incremento equivalente a esa misma cantidad. En caso de que el resultado hubiese sido negativo la empresa reduciría su riqueza por el valor arrojado, lo que indica que es una inversión que cumple con los objetivos de la empresa al maximizar sus utilidades.
- De acuerdo a la evaluación económica del proyecto, financieramente se comprobó que es viable, teniendo en cuenta que la tasa interna de retorno de 20,18% es mayor que la tasa de descuento a utilizar, así mismo hay que tener en cuenta que la tasa interna de retorno no maximiza la inversión pero si maximiza la rentabilidad del proyecto
- Las razones financieras que se tomaron fueron: razones de liquidez, razones de endeudamiento, razones de actividad y razones de rentabilidad; y, permitieron conocer que el margen de utilidad es aceptable después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la utilidad neta es del 26% lo que demuestra que por cada peso vendido la empresa ganó \$26 pesos y para el último año 46,24%

7. CONCLUSIONES

Al culminar este estudio de investigación se establece que la puesta en marcha de la empresa Hotel Campestre Country Resort en el municipio de Sabana de Torres especializada en servicios de hospedaje, de acuerdo a los estudios realizados, es una empresa económica factible de llevarse a cabo.

En el municipio no hay empresas que ofrezcan esta clase de servicios de hospedaje campestre, por lo tanto como se observó en la investigación de mercados, la mayoría de turistas que visitan el municipio de Sabana de Torres por motivos laborales y familiares y los que transitan a diario por la vía panamericana que une el interior del país con la costa Atlántica con intenciones de hospedarse, están interesado en obtener los servicios de habitación que ofrecerá la nueva empresa.

El precio del servicio a prestar por cada tipo de hospedaje es cómodo y se encuentra por debajo de los que se ofrecen en el mercado oferente del municipio, lo cual sumado a la alta calidad en el servicio le dará a la empresa muy buenas oportunidades de éxito y posicionamiento.

El estudio técnico arroja una capacidad a utilizar adecuada para cubrir parte de esa demanda, donde en el transcurso de un horizonte de 10 años se incrementan los servicios con el fin de ampliar la cobertura. En el primer año se ofrecerán 22.043 servicios de habitación por persona.

El estudio administrativo indica una organización totalmente factible y con una conformación empresarial adecuada a las necesidades de la empresa donde su política contractual es clara y se ajusta a las condiciones del mercado laboral en el municipio de Sabana de Torres.

En cuanto al estudio financiero se puede ver claramente la viabilidad del proyecto. La inversión total de \$3.358.922.550 es un monto adecuado y además al préstamo en que se debe incurrir por \$2.000.000.000 el cual se solicitara en la entidad financiera Bancolombia a un plazo de 10 años.

El impacto ambiental que causará la construcción del Hotel Campestre es de tipo leve, donde se garantizará las medidas previstas de mitigación y un control efectivo de las condiciones ambientales, durante la ejecución de la obra propuesta así como el funcionamiento de la misma.

La operación del Hotel traerá efectos altamente beneficiosos para la comunidad y su área de influencia, en los aspectos ambientales relacionados con, desarrollo sectorial, valorización de bienes inmuebles, socioeconómica y paisajística, además el entorno urbanístico donde se encontrara ubicado el proyecto atraerá inversiones para la mejora de la calidad de vida de la población que reside en el sector.

Al evaluar las utilidades generadas, las cuales se estipulan interesantes para el inversionista en el proyecto, así lo demuestran el valor presente neto (\$1.458.599.820) y la tasa interna de retorno (20.18%) quienes particularmente indican un parámetro evaluativo adecuado para pensar que crear la empresa es una buena inversión para sus inversionista y para la actividad hotelera, comercial y turística en general.

8. RECOMENDACIONES

La viabilidad del proyecto para la creación de la empresa Hotel Campestre Country Resort en el municipio de Sabana de Torres está condicionada a la demanda del servicio por lo tanto se hace especial énfasis en el desarrollo de una publicidad que el permita al cliente conocer y tener la opción de este nuevo servicio de hospedaje.

El excelente y adecuado servicio al cliente y la atención especializada debe ser la mejor manera de hacer publicidad, de tal forma que el cliente satisfecho regrese con nuevos clientes.

La empresa y sus trabajadores deben estar en mejoramiento continuo en la forma de desarrollar sus actividades y procedimiento de atención.

Mantener la integración y motivación de los trabajadores por el trabajo en equipo en la búsqueda de objetivos comunes y no individuales.

Realizar estrategias de mercado mediante la atención amable con calor de hogar buscando siempre el vínculo directo con el cliente, y ofrecerle el servicio de hospedaje en un ambiente cálido de tranquilidad adecuado a sus necesidades logrando además mejorar cada día su actividad administrativa y empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE SABANA DE TORRES. Oficina de planeación municipal.

BACA U., Gabriel. Evaluación de proyectos. Editorial Mc Graw Hill Interamericana S.A., Santafé de Bogotá, 1994.

CÁMARA DE COMERCIO, Sabana de Torres.

CARTILLA GEOGRAFICA DE SABANA DE TORRES-SANTANDER- en http://www.cabildoverde.org/doc/CARTILLA_geo.pdf

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991, Asamblea Nacional Constituyente, Decreto 3075 de 1971

DEPARTAMENTO DE SANTANDER,
<http://www.todacolombia.com/departamentos/santander.html#8>

ESTADÍSTICAS DE TURISMO A NIVEL MUNDIAL
<http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>

Importancia del turismo en la humanidad, Sylcar Judith Gongora,
<http://elobservadorcampechano.wordpress.com/2008/03/31/importancia-del-turismo-en-la-humanidad/>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN ICONTEC, norma técnica colombiana NTC 1486. Sexta actualización, editada 2008-08-04.

LEY DE EMPRENDIMIENTO,
<http://ley1014deemprendimeinto.blogspot.com/www.alaico.org/.../1260486373-2002%20-%20Decreto%201336%2...>

MANUAL DE EVALUACION DE IMPACTO AMBIENTAL, segunda edición, Larry W. Canter, Mc Graw Hill 1998.

MURCIA M Jairo Darío, proyectos, formulación y criterios de evaluación. Alfaomega, segunda edición, Septiembre 2009.

Oficina Sisben, Alcaldía Municipal Sabana de Torres,

OLAYA Pedro. Como iniciar su propio negocio. Tercera edición. Bucaramanga. 2004. 202 p.

OLAVARRIETA Gorge. Gestión del conocimiento en pymes y micropymes. Editorial universidad iberoamericana.

PIRAMIDE MASLOW, http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow

PROEXPORT COLOMBIA, (2012). "Inversión en el sector servicios en Colombia, en <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios.html>

SABANA DE TORRES. Página oficial del municipio: <http://www.sabanadetorres-santander.gov.co>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER, biblioteca virtual, <http://tangara.uis.edu.co/>

ANEXOS

Multigangas

ELECTRODOMESTICOS DE CALIDAD

Sabana de Torres, 12 de Mayo 2013

COTIZACION

En atención a su solicitud, tenemos el gusto de presentarle la siguiente cotización con las características y especificaciones técnicas de los productos a su interés.

PROPUESTA ECONÓMICA

CT	REFERENCIA	VALOR UNITARIO	TOTAL
40	NEV HACEB 209L AR CE 1PC DA PL	529.021	21.160.823
40	AIRE L.G. G 091 CB 110V	844.115	33.764.610
1	LAV WHIRLPOOL EWTW 1300 YM	974.225	974.225
10	COLCHON SUPER CONFORT 140x190x19 ALG	474.311	4.743.111
40	LCD DAEWOO DLA 32R1U HD	631.556	25.262.222
1	NEV MABE MA 0371 EKCE 2P DA	1.039.833	1.039.833
1	FAX PANASONIC KX-FT501LA-B	254.905	254.905
2	CUADRO PAISAJE	142.878	285.757
1	PLASMA L.G. 50PA4500	1.449.899	1.449.899
40	BASE SOMIER LD 140*190 JAC	415.022	16.600.889
20	BASE SOMIER LD 100*200*JAC	322.053	6.441.068
10	CAMAROTE KENIA 3 PTOS CAOBA	883.920	8.839.200
10	COLCHON SPECIAL LIFE 100*190*20 SEMI F.	219.369	2.193.689
70	NOCHERO INDU EN MOGANO	168.200	11.774.000
40	MESA RACING CENTRO CUBO	182.222	7.288.873
40	ESPEJO DE PARED PIEMONTE EN MOGANO	116.000	4.640.000

MEDELLÍN
 • Calle 50 No. 53-91 - PBX: (4) 512 33 33 - FAX: 512 32 77
 Cel: 311 609 83 62

CONCESIONARIO HUSQVARNA MULTIGANGAS
 • Calle 50 No. 36-14 Palacé con la 33 - Tel: (4) 261 23 76

YRUMAL (ANTIOQUIA)
 • Calle 20 No. 20-51 - Tel: (4) 887 33 99 - Cel: 311 609 83 46

CAUCASIA (ANTIOQUIA)
 • Cra. 2da. No. 22B-38 Barrio Centro
 Tels: (4) 839 53 75 - 839 42 34

EL BAGRE (ANTIOQUIA)
 • Cra. 48 No. 51A-16 Avenida la Juventud
 Tels: (4) 837 08 77 - 837 08 96 - Cel: 311 733 85 80

MONTELIBANO (CÓRDOBA)
 • Cra. 13 No. 11H- 120 Barrio Comunal
 Tels: (1) 762 68 08 - 762 67 38 - Cel: 314 886 04 74

LA DORADA (CALDAS)
 • Calle 14 No. 2 - 33 Barrio Centro
 Tel: (6) 857 61 19 - Fax: 857 50 49 - Cel: 321 727 73 18

PUERTO BOYACÁ (BOYACÁ)
 • Cra. 2 No. 11-17
 Tels: (8) 738 05 37 - 738 59 24 - Cel: 311 609 17 44

PUERTO BERRIO (ANTIOQUIA)
 • Calle 54 No. 2-35 - Barrio Centro
 Tel: (4) 833 20 41 - Fax: 833 21 70 - Cel: 311 609 95 68

SEGOVIA
 • Calle Los Ángeles No. 48 - 22
 Cel: 311 609 17 96 Tel: (4) 831 51 72

BARRANCABERMEJA (SANTANDER)
 • Calle 49 No. 4-25 Sector Comercial
 Tels: (7) 602 82 25 - 602 82 27 - Cel: 311 609 83 56

ZARAGOZA (ANTIOQUIA)
 • Calle Córdoba No. 42 - 35
 Tel: (4) 838 84 41 - Cel: 311 609 17 97

SAN ALBERTO
 • Calle 3 No. 4-35 Av. La Palma
 Tel: (6) 564 61 09 - Cel: 313 659 65 26

SABANA DE TORRES
 • Calle 14 No. 10-35 Barrio Carvajal
 Tel: (7) 629 46 70 - Cel: 311 733 85 85

www.multigangas Ltda.com
 email: multigangas@une.net.co

Multigangas

ELECTRODOMESTICOS DE CALIDAD

CT	REFERENCIA	VALOR UNITARIO	TOTAL
40	TEL. PANASONIC 3610 (KXTG 3520 LAB)	84.036	3.361.422
1	CAFETERA OSTER 3302-012	74.756	74.756
40	CLOSET M4 PJ37 ESPEJO LADO	676.667	27.066.667
1	ESQUINERO DISCOVERY	1.018.222	1.018.222
2	ARCHIVADOR 4 G	773.952	1.547.904
1	SILLA KAPPA EJECUTIVA PB BC BRAZO FIJO GERENTE	356.352	356.352
1	SILLA SENTRA OPERATIVA SECRETARIA	248.333	248.333
1	MESA MARA MULTIPLE DE 150x150 A 2LX1C GERENTE	857.472	857.472
1	MESA MARA 150 X 150 G SECRETARIA	769.498	769.498
40	SILLA INTERLOCUTORA NIKO	94.656	3.786.240

CONDICIONES DE LA OFERTA

POR COMPRA DE LOS ARTICULOS EN MENCION TIENE UNA CARTERA DE TRES MILLONES Y MEDIO PARA QUE LLEGUE CUALQUIER ARTICULO DEL PUNTO DE VENTA COMO OBSEQUIO

Tiempo de entrega : 15 DIAS HABLES UNA VEZ SI NO TENEMOS EL PRODUCTO EN EXISTENCIA, DE LO CONTRARIO SE HARA ENTREGA INMEDIATA

Validez de la Oferta: LA PRESENTE COTIZACION TIENE UNA VALIDEZ DE 15 DIAS CALENDARIO

Garantía : DOCE MESES POR DEFECTOS DE FABRICACION A PARTIR DE LA FECHA DE EMISION DE NUESTRA FACTURA, EXCLUYENDO USO INADECUADO DEL PRODUCTO

Forma de Pago: CONTADO. O A TRAVEZ DE CONSIGNACION A LA CUENTA N° 259066679 CMT ELECTRODOMESTICOS S.A.S BANCO BOGOTA. TENGA EN CUENTA QUE EL BANCO X CONSIGNACION LE COBRA UNA COMISION DE 11.000 MIL PESOS MCT. O ABQUIERA SU PRODUCTO A TRAVEZ DE CREDITO.

ANDREA CAROLINA MENDOZA

Adm. Pto de venta

Multigangas Sabana de Torres

Tel: 6294670 - 3117338585

Asesor Comercial Encargada: Nesly Pimienta Correa

MEDELLÍN

• Calle 50 No. 53-91 - PBX: (4) 512 33 33 - FAX: 512 32 77
Tel: 311 609 83 62

CONCESIONARIO HUSQVARNA MULTIGANGAS

• Calle 50 No. 36-14 Palacé con la 33 - Tel: (4) 261 23 76

YARUMAL (ANTIOQUIA)

• Calle 20 No. 20-51 - Tel: (4) 887 33 99 - Cel: 311 609 83 46

CAUCASIA (ANTIOQUIA)

• Cra. 2da. No. 22B-38 Barrio Centro
Tels: (4) 839 53 75 - 839 42 34

EL BAGRE (ANTIOQUIA)

• Cra. 48 No. 51A-16 Avenida la Juventud
Tels: (4) 837 08 77 - 837 08 96 - Cel: 311 733 85 80

MONTELIBANO (CÓRDOBA)

• Cra. 13 No. 11H- 120 Barrio Comunal
Tels: (1) 762 68 08 - 762 67 38 - Cel: 314 886 04 74

LA DORADA (CALDAS)

• Calle 14 No. 2 - 33 Barrio Centro
Tel: (6) 857 61 19 - Fax: 857 50 49 - Cel: 321 727 73 18

PUERTO BOYACÁ (BOYACÁ)

• Cra. 2 No. 11-17
Tels: (8) 738 05 37 - 738 59 24 - Cel: 311 609 17 44

PUERTO BERRIO (ANTIOQUIA)

• Calle 54 No. 2-35 - Barrio Centro
Tel: (4) 833 20 41 - Fax: 833 21 70 - Cel: 311 609 95 68

SEGOVIA

• Calle Los Ángeles No. 48 - 22
Cel: 311 609 17 96 Tel: (4) 831 51 72

BARRANCABERMEJA (SANTANDER)

• Calle 49 No. 4-25 Sector Comercial
Tels: (7) 602 82 25 - 602 82 27 - Cel: 311 609 83 56

ZARAGOZA (ANTIOQUIA)

• Calle Córdoba No. 42 - 35
Tel: (4) 838 84 41 - Cel: 311 609 17 97

SAN ALBERTO

• Calle 3 No. 4-35 Av. La Palma
Tel: (6) 564 61 09 - Cel: 313 659 65 26

SABANA DE TORRES

• Calle 14 No. 10-35 Barrio Carvajal
Tel: (7) 629 46 70 - Cel: 311 733 85 85

www.multigangas Ltda.com
email: multigangas@une.net.co

COTIZACION

PROYECTO HOTEL CAMPESTRE

- 40 Aires acondicionados LG minisplit SP 092 9000btu V/u \$ 756.690, Valor Total: \$30.267.600
- 01 Computador Lenoco de mesa, corei 3, DD 1 TB, RAM 4 GB, incluye: Impresora Multifuncional, Estabilizador, Parlantes, Cámara Valor \$2.477.400
- 01 TV LG LED 47" L M 6700 3D \$2.843.500
- 40 TV LG 32" L5 3400 V/U \$ 816.000 Valor Total: \$ 32.640.000
- 01 Lavadora Whirpool 37 Lbs. \$ 1.207.040
- 01 Nevecón L6 217 567 lts. Valor Unitario: \$3.145.000
- 40 Neveras ICASA 209 lts. Convencional Valor Unitario: \$443.510, Valor Total: \$17.740.800
- 40 Somier 140x190 Valor Unitario: \$ 350.460, Valor Total: \$14.018.400
- 20 Somier sencillos 1x190, Valor Unitario: \$ 244.992, Valor Total: \$4.899.840
- 10 Country 1x190, Valor Unitario: \$ 734.580, Valor Total: \$7.345.800
- 10 Colchones sencillos semiortopedicos 100x190x18 Unitario: \$ 309.342, Valor Total: \$3.093.420
- 10 Mesas de noche Valor Unitario: \$ 211.200, Valor Total: \$2.112.000

Bucaramanga
Calle 36 No. 18 - 50
Tels: 6304700 - 6429911
Fax: 6304284

Calle 36 No. 16 - 32
Tel: 6426912
Venias: 6423502 - 6423510

Piedecuesta
Carrera 6 No. 8 - 75
Tel: 6550260 Fax: 6562062

Aguachica
Calle 5 No. 18 - 51
Tel: 0955 - 650949
Fax: 6509457

Barbosa
Calle 5 No. 8 - 21
Tel: 0977 - 586683
Fax: 586628

Barrancabermeja
Calle 49 No. 15 - 20
Tel: 0976 - 224960
Fax: 224945

Cimitarra
Calle 1 No. 6 - 27
Tel: 0976 - 260194
0976 - 260925
Fax: 260241

San Gil
Carrera 10 No. 13 - 70
Tel: 0977 - 246220
Fax: 246219

Málaga
Carrera 9 No. 14A - 09
Tel: 607501
Fax: 607344

VALOR TOTAL COTIZADO: \$121.790.200

"COTIZACION VALIDA POR 15 DIAS"

Al contestar cite este número

CONSTRUCCION HOTEL CAMPESTRE COUNTRY RESORT CON ZONA SOCIAL Y RECREACIONAL					
MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES - SANTANDER					
PRESUPUESTO GENERAL POR ITEMS					
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	V/R UNIT	V/R TOTAL	
1	HOTEL DE 40 HABITACIONES, RECEPCION Y ADMINISTRACION, AREA DE 654 M2	1	\$ 550.000.000	\$	550.000.000
2	PARKADERO CON CAPACIDAD PARA 60 VEHICULOS, AREA DE 1.440 M2 (HOTEL, RESTAURANTE Y ZONA RECREACIONAL)	3	\$ 45.000.000	\$	135.000.000
3	PISCINA HOTEL AREA CIRCULAR DE 100 M2	1	\$ 130.000.000	\$	130.000.000
4	IAKUIZ	1	\$ 30.000.000	\$	30.000.000
5	SALON DE EVENTOS SOCIALES, CAPACIDAD PARA 300 PERSONAS, AREA DE 450 M2	1	\$ 85.000.000	\$	85.000.000
6	PORTERIA DEL HOTEL, AREA 30 M2	1	\$ 8.000.000	\$	8.000.000
7	ZONAS DE ACCESO Y BAHIAS	1	\$ 15.000.000	\$	15.000.000
8	PORTERIA ZONA RECREACIONAL, AREA DE 25 M2	1	\$ 6.000.000	\$	6.000.000
9	CANCHA DE VOLEYBOL, AREA DE 540 M2	1	\$ 35.000.000	\$	35.000.000
10	CANCHA DE BALONCESTO AREA DE 540 M2	1	\$ 55.000.000	\$	55.000.000
11	CANCHA DE MICROFUTBOL AREA 540 M2	1	\$ 55.000.000	\$	55.000.000
12	CANCHA DE TENIS, AREA 540 M2	1	\$ 45.000.000	\$	45.000.000
13	CANCHA DE MINIFUTBOL EN PASTO, AREA DE 880 M2	1	\$ 25.000.000	\$	25.000.000
14	KIOSKO RECTANGULAR PARA ZONA DE HANARCAS EN TEJA DE BARRO, MADERA, PISOS EN TABLETA DE GRES, AREA 200 M2	1	\$ 35.000.000	\$	35.000.000
15	CAFETERIA ZONA DE CANCHAS, AREA DE 25 M2	1	\$ 9.500.000	\$	9.500.000
16	CAFETERIA ZONA DE PISCINA, AREA DE 50 M2	1	\$ 15.000.000	\$	15.000.000
17	CANCHAS DE TEJO, AREA DE 840 M2, 10 CANCHAS EN 2 SECCIONES DE 5 CADA UNA	1	\$ 15.000.000	\$	15.000.000
18	CANCHAS DE BOLID, AREA DE 840 M2, 10 CANCHAS EN 2 SECCIONES DE 5 CADA UNA	1	\$ 15.000.000	\$	15.000.000
19	CANCHAS DE RANA, AREA DE 200M2, 10 CANCHAS EN 2 SECCIONES DE 5 CADA UNA	1	\$ 8.500.000	\$	8.500.000
20	ZONA DE CAMPING CAPACIDAD PARA 40 CARPAS, AREA DE 400 M2	1	\$ 12.000.000	\$	12.000.000
21	RESTAURANTE EN KIOSKO DE 10 M DE DIAMETRO, AREA DE 400 M2	1	\$ 400.000.000	\$	400.000.000
22	PISCINA DE ADULTOS-NIÑOS AREA CIRCULAR DE 220 M2	1	\$ 350.000.000	\$	350.000.000
23	SENDEROS, KIOSKO Y ZONAS DE ESTANCIA (PASO ECOLOGICO)	1	\$ 80.000.000	\$	80.000.000
24	JUEGOS INFANTILES, AREA DE 48 M2	1	\$ 20.000.000	\$	20.000.000
TOTAL COSTOS DIRECTOS				\$	2.134.000.000
AUI (20%)				\$	553.500.000
COSTO TOTAL DEL PROYECTO				\$	2.687.500.000

AREA TOTAL LOTE= 3 HECTAREAS
 AREA UTILIZADA= 12.342 M2
 AREA DE EXPANSION= 17.658 M2

ING. SNEYDER AUGUSTO PINILLA ALVAREZ
 MAT PROE-687202194731 STD



THOMAS MORA & TORRES 210 886.37

Este es un documento público expedido en virtud de la Ley 842 de 2003, que autoriza a su titular para ejercer como Ingeniero en todo el Territorio Nacional.

En caso de extravío debe ser remitida al COPNIA
Calle 78 No. 9 - 57 Oficina 1301 Tel. 3220102 Bogotá D.C.