

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL TEMÁTICO EN LA
CIUDAD DE GIRARDOT**

EVELYN ISABEL ARIAS GALVIS

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT, 2017

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL TEMÁTICO EN LA
CIUDAD DE GIRARDOT**

EVELYN ISABEL ARIAS GALVIS

Trabajo de grado para obtener el título de Administradora Turística y Hotelera

Wilson Fernando Donato Padilla

Admin TH. Esp

Tutor

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT, 2017

Contenido

1.	Introducción.....	5
2.	Denominación Organizacional	6
2.1	Justificación	6
2.2	Nombre de la Empresa	7
2.3	Conformación Jurídica de la Empresa.....	7
2.4	Tipo de Empresa	7
2.5	Ubicación.....	7
2.6.	Tamaño.....	8
2.7	Visión.....	8
2.8	Misión.....	8
2.9	Objetivos	9
2.9.1	Corto plazo (0-2 años)	9
2.9.2	Mediano plazo (2-5 años).....	9
2.9.3	Largo plazo (+5 años).....	9
2.10	Ventajas competitivas	9
3.	Estudio de Mercado	10
3.1	Análisis del Entorno	10
3.1.1	Entorno político	10
3.1.2	Entorno económico.....	11
3.1.3	Entorno económico.....	12
3.1.4	Entorno tecnológico.....	13
3.1.5	Entorno ecológico	14
3.2	Análisis del Sector	14
3.3.1	Competencia directa	16
3.3.2	Competencia indirecta	17
3.3.3	Competencia sustituta.....	18
3.4	Análisis del Mercado.....	19

3.4.1	Segmentación geográfica	19
3.4.2	Segmentación demográfica.....	19
3.4.3	Segmentación psicográfica	19
3.5	Recolección y Análisis de la Información.....	20
3.6	Análisis General.....	25
3.7	Concepto de negocio.....	26
3.8	Alianzas Estratégicas	26
3.9	Estrategias de Precio.....	26
3.9.1	Precios de penetración	26
3.9.2	Ajustes de precio.....	26
3.10	Estrategias de Publicidad	26
4.	Estudio Técnico	27
4.1	Portafolio de Servicios	27
4.1.1	Tipo de habitaciones.....	27
4.2	Necesidades y requerimientos	27
4.2.1	Proveedores.....	27
4.2.2	Recursos físicos.....	28
4.2.3	Recursos financieros	29
4.2.4	Recursos tecnológicos.....	29
5.	Estudio Organizacional.....	30
5.1	Organigrama	30
5.2	Perfiles y funciones.....	30
5.3	Administración de Sueldos y Salarios	36
5.4	Marco Legal.....	36
6.	Conclusiones	40
7.	Referencias.....	42

1. Introducción

El proyecto de creación de un hotel temático en la ciudad de Girardot, nace con el fin de ofrecer una oferta turística diferente de alojamiento, donde los turistas conocerán y se recrearán a la hora de pernoctar. Esto dado a que “Girardot es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país” (Alcaldía Municipal, 2016, p. 51). Es por esto que el hotel temático generará impacto a nivel local a partir de la oferta de valor que pretende desarrollar cumpliendo y satisfaciendo las expectativas de los futuros clientes.

Hoy en día, la innovación esta llamada a ser un elemento esencial en el sector hotelero,” las tendencias actuales sobretodo en tecnología para hoteles marcarán el rumbo en la planificación de las nuevas estrategias a implementar, y también influirán en el modo en que se gestiona una empresa hotelera” (Facchin, 2013,párr 3), por tal razón la innovación suele venir asociada a una importante inversión de capital esto permeará en la competitividad del sector, deviniendo en un aumento de la calidad del servicio de alojamiento orientado a la sostenibilidad.

Así, este proyecto busca a través del hotel temático generar una dinámica diferente a través de un concepto de negocio claro e innovador para así, disfrutar los servicios del hotel sea una oportunidad de salir de la rutina o del concepto tradicional de alojamiento en Girardot.

2. Denominación Organizacional

2.1 Justificación

La tendencia mundial en la actualidad está enfocada hacia el cambio, la innovación, los nuevos retos, es por esto que las personas cada día se vuelven más críticas y más exigentes a la hora de escoger un sitio de esparcimiento, diversión y distracción. No solo buscan mejores precios sino un mayor valor agregado que les brinde más beneficios y satisfacciones. Es por esa razón que se hace importante la creación del hotel la playa boutique que constituirá para la ciudad de Girardot, y de esta manera aportar en el desarrollo de la economía y gestión turística del municipio.

El plan de desarrollo de Girardot en el acuerdo N° 004 capítulo 1 tiene establecido dentro de sus metas” coordinar e identificar acciones que contribuyan a la consolidación de un modelo de desarrollo local, a través de la implementación de proyectos que conlleven al impulso del sector turístico como vocación productiva del municipio”. (Alcaldía de Girardot ,2006,p1), es decir, que el proyecto aporta la diversificación de la oferta para el municipio, y una oportunidad para el desarrollo del sector hotelero, es por tal razón que propone el hotel boutique ubicado en el centro del país que busca ofrecer un servicio personalizado con 20 habitaciones totalmente dotadas y tematizadas se distingan por su originalidad, y un diseño temático que evoca la playa pues contrasta con el clima cálido, los vientos que provienen del río Magdalena son características que fortalecen la idea de este proyecto, es de destacar que :

La ocupación hotelera del país presentó un leve crecimiento durante el mes de enero de 2017. De acuerdo con el reporte de indicadores hoteleros que publica Cotelco, el porcentaje de ocupación se ubicó en 53.5%, lo que significó un crecimiento de 0.27 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año 2016. (COTELCO, 2017. Párr. 1).

Con esta cifra se puede deducir que la ocupación hotelera va por un buen camino para los hoteleros, es por eso que el hotel boutique será novedad entre los turistas y los habitantes nativos de la ciudad de Girardot.

2.2 Nombre de la Empresa

Hotel Boutique La Playa.

2.3 Conformación Jurídica de la Empresa

El hotel se conformará como una sociedad anónima simplificada (S.A.S.) debido a que ofrece mayor flexibilidad para realizar los trámites legales, reducción de costos y condiciones más favorables para los emprendimientos.

2.4 Tipo de Empresa

El hotel se ubicará en el sector terciario de la economía – servicios.

Subsector: Hotelería.

2.5 Ubicación

El hotel estará ubicado en la Carrera 10 # 26-85 Girardot.

Las ventajas que presenta la ubicación es la disponibilidad de terreno y la afluencia de turistas debido a su cercanía al terminal de transporte.

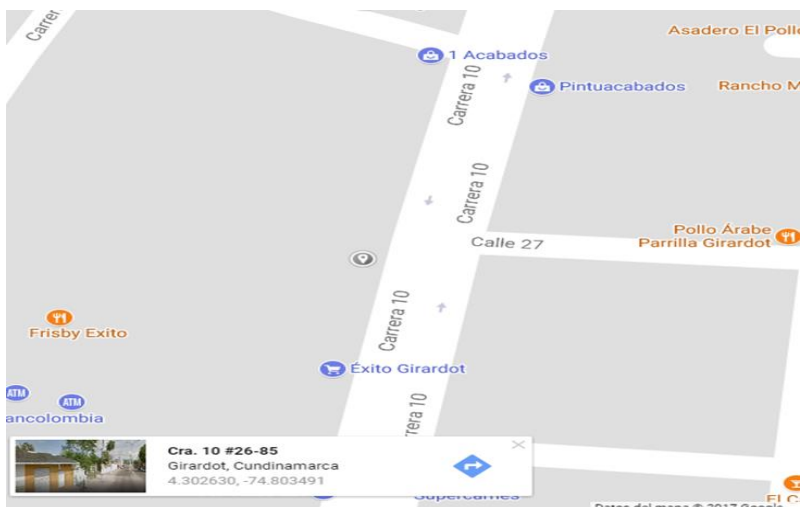


Grafico 1. Mapa de ubicación tentativa Hotel Boutique La Playa. Fuente: Google Maps

2.6.Tamaño

El hotel será una pequeña empresa debido a que su planta de personal estará conformada de 11 a 50 trabajadores. Por otro lado, los activos totales se encontrarán entre 501 (quinientos uno) y de menos de 5.000 (cinco mil) SMLV. Según la (Ley 905, 2004, art.2) por medio de la cual se modifica la ley 590 2000 sobre promoción del desarrollo de micro, pequeña y mediana empresa colombiana.

2.7 Visión

Ser reconocido para el año 2022, como el Hotel líder a nivel local por su servicio integral e innovador de hospedaje, y a su vez como la mejor opción para su descanso y diversión. Teniendo en cuenta el desarrollo sostenible a través de los procesos ambientales asegurando estabilidad laboral a nuestros colaboradores, generando empleo en la región y manteniendo altos estándares de calidad en la prestación del servicio.

2.8 Misión

Satisfacer y promover las necesidades de nuestros clientes superando sus expectativas, brindándoles productos y servicios de calidad y amigables con el medio ambiente a través de nuestros colaboradores. Aportar al desarrollo económico y turístico de la Región mediante nuestro compromiso de excelencia e innovación generando impacto haciendo de la excelencia nuestra carta de presentación.

2.9 Objetivos

2.9.1 Corto plazo (0-2 años)

Desarrollar un ambiente agradable en las instalaciones siempre orientado a la temática (La playa) para el disfrute de los huéspedes.

2.9.2 Mediano plazo (2-5 años)

Superar la ocupación hotelera promedio nacional en tres puntos porcentuales (+3%).

2.9.3 Largo plazo (+5 años)

Ser líderes nacionales en la oferta de servicios innovadores de alojamiento a través de franquicias en ciudades del centro del país.

2.10 Ventajas competitivas

- ✓ Actualmente dentro del casco urbano de Girardot no existe un hotel temático boutique.
- ✓ Infraestructura diferente e innovadora para el servicio de alojamiento.
- ✓ Servicio exclusivo y personalizado para las personas.
- ✓ Ofertas y descuentos.

3. Estudio de Mercado

Todo estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos Básicos como son: ¿cuáles son sus objetivos?, ¿qué métodos utilizar?, ¿qué es el análisis de la oferta y la demanda?, ¿cuáles son los métodos de proyección de la oferta y demanda?, ¿cómo determinar el precio de un servicio?, ¿cómo presentar un estudio de mercado? A éstas y otras interrogantes se les da respuesta en este capítulo enfocado al estudio de mercado en la micro, pequeña y mediana empresa. (UAEH, s.f., p. 2)

3.1 Análisis del Entorno

3.1.1 Entorno político

A continuación, se hace énfasis en las características políticas que tiene el entorno como se observa en la tabla 1.

Tema	Características
Seguridad.	Proponer estrategias, planes, programas y proyectos para asegurar la sostenibilidad, la seguridad territorial y mejorar la calidad de vida de los Girardoteños.
Normatividad turística.	El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo fomenta el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos a la comunidad. 1. Ley 300 1996 2. Ley 1558 de 2012 3. Ley 1101 de 2006 4. Normas técnicas sectoriales 5. NTS-TS002 6. NTS-EAH
Política de seguridad alimentaria y	Avanzando para erradicar el hambre

nutricional.	combatir la pobreza.
Implementación y desarrollo de la política pública de turismo del municipio de Girardot.	Se gestionará la factibilidad, para crear redes de servicios que reciban la carga de consumo y esta movilidad turística desde la Política Pública de Turismo de Girardot.

Tabla.1 Entorno político. Fuente: construcción de la autora a partir del Plan de desarrollo de Girardot 2016-2019.

3.1.2 Entorno económico

A continuación, se hace énfasis en las características económicas que tiene el entorno como se observa en la tabla 2.

Tema	Características
Competitividad vial.	Construcción, mantenimiento, recuperación de la malla vial urbana y rural.
Inversión pública.	Modernización de la administración y gestión del desarrollo institucional.
Gestión del desarrollo económico y financiero.	Establecer durante el cuatrienio unas finanzas sanas y sostenibles, como buena práctica de gobernabilidad en el municipio.
Gestión para el desarrollo financiero y hacendario.	<ul style="list-style-type: none"> - Otorgar incentivos tributarios que estimulen la inversión en el sector cultura y turismo. - Revisión y actualización del avalúo catastral y ajuste de la tarifa del impuesto predial.
Gobernanza y gestión del desarrollo económico y administrativo.	Fomentar la participación ciudadana e institucional para el desarrollo y la convivencia conectados por la paz.

Tabla 2 Entorno económico. Fuente construcción de la autora a partir del Plan de desarrollo de Girardot 2016-2019.

3.1.3 Entorno económico

A continuación, se hace énfasis en las características sociales que tiene el entorno como se observa en la tabla 3.

Tema	Características
Derechos humanos para la construcción de paz.	Garantía de derechos con enfoque poblacional. apoyo y fortalecimiento a la población víctima del conflicto armado.
Gobernabilidad, seguridad, convivencia, paz y postconflicto.	<ul style="list-style-type: none"> - Espacios públicos libres y seguros para la convivencia. - Mecanismos de participación ciudadana seguridad para lograr la paz.
Desarrollo urbano, equitativo y sostenible con calidad y equidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo vial para avanzar. - Vivienda con calidad y equidad. - Equipamiento sostenible. - Girardot turística como ciudad región. - Empleo digno, equitativo y con innovación.
Calidad educativa.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer convenios con organizaciones que promuevan los procesos de ciencia, tecnología e innovación. - Generar convenios estratégicos para la orientar la cátedra de turismo. - Cualificar a docentes sobre la construcción de preguntas tipo pruebas saber (evaluación por competencias - talleres prácticos.

Tabla.3 Entorno social. Fuente: construcción de la autora a partir del Plan de desarrollo de Girardot 2016-2019.

3.1.4 Entorno tecnológico

A continuación, se hace énfasis en las características tecnológico que tiene el entorno como se observa en la tabla 4.

Tema	Características
Consolidar el acceso a las tic para toda la población.	Implementar y fortalecer conectividad de internet y zonas wifi de mayor afluencia de la ciudad y en los puntos vive digital de Girardot.
Implementación de las tics.	Realizar una página web ofreciendo el portafolio de servicios turísticos de Girardot, con la implementación de un sistema de gestión e indicadores turísticos sigit para la alta gerencia.
Capacitaciones.	Fortalecer el emprendimiento e innovación para el sector empresarial turístico ofreciendo capacitaciones del buen servicio al usuario.
Crecimiento verde y sustentabilidad ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento del Entorno Natural y Social para la Sostenibilidad Ambiental - Servicios Públicos Equitativos y Sostenibles.

Tabla 4 Entorno tecnológico. Fuente: construcción de la autora a partir del Plan de desarrollo de Girardot 2016-2019.

3.1.5 Entorno ecológico

A continuación, se hace énfasis en las características ecológico que tiene el entorno como se observa en la tabla 5.

Tema	Características
Crecimiento verde y sustentabilidad de ambiental.	Minimizar el impacto ambiental que genera la contaminación de las aguas residuales a los recursos naturales del Municipio de Girardot.
Reciclaje.	Aumentar la cobertura de recolección de residuos sólidos y su buen manejo en la disposición final de ellos.
Fortalecimiento del entorno ambiental.	Servicios públicos equitativos y sostenibles.
Recuperación de la naturaleza.	Realizar el estudio y viabilizarían de predios de importancia ambiental y eco sistémico para la reforestación y recuperación.

Tabla 5. Entorno ecológico. Fuente: construcción de la autora a partir del Plan de desarrollo de Girardot 2016-2019.

3.2 Análisis del Sector

El turismo es uno de los grandes jalonadores de la economía nacional, aseguró la presidenta de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, Anato, Paula Cortés Calle, quien destacó que el sector aportó al PIB de 2015 unos 5.200 millones de dólares, representados en generación de nuevos empleos y divisas, indicó que al cierre del año pasado Colombia recibió alrededor de 4.4 millones de visitantes extranjeros, un crecimiento

del orden del 6% respecto al 2014, incremento que supera en dos puntos porcentuales el promedio mundial.(El heraldo,2016,párr.1,2).

Es evidente que el sector el turismo es uno de los factores de la economía con más dinamismo en el PIB y en la generación de empleo, así como en Colombia el turismo receptivo crece cada año.

Por otra parte, la ocupación hotelera del país presentó un leve crecimiento durante el mes de enero de 2017. De acuerdo con el reporte de indicadores hoteleros que publica Cotelco¹, el porcentaje de ocupación se ubicó en 53.5%, lo que significó un crecimiento de 0.27 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año 2016, para Gustavo Adolfo Toro, presidente ejecutivo de Cotelco, el 2016 inició con buenos resultados, sin embargo, para el cierre de 2016 e inicio de 2017, el crecimiento de la ocupación ha estado por debajo de las expectativas del sector. Con las condiciones favorables para el turismo, se esperaba una mayor afluencia de turistas, sin embargo, en la realidad se presentaron menos habitaciones ocupadas en destinos tradicionales como Cartagena, Santa Marta, San Andrés y Paisaje Cultural Cafetero ,ahora bien el dirigente gremial enfatiza esto se debe a causa de los altos niveles de informalidad que aquejan a las regiones, los efectos de la reciente Reforma Tributaria, el aumento del IVA y otros impuestos, además de la desaceleración económica por la que atraviesa el país, son las principales causas asociadas a este comportamiento (La metro noticias,2017,párr..1,2,y 3).

Por lo tanto, la visión futurista para el turismo colombiano se da a partir de estrategias convocando a los gremios para un mejor desarrollo del turismo en el país, para alcanzar un solo objetivo con prospectiva internacional aplicando modelos de metodologías de planeación estratégica. Será muy importante para que los empresarios hoteleros estén alineados con lo que se cree que debería ser el desarrollo turístico de nuestro país de cara al año 2030 (Cotelco, 2017, p1).

¹ COTELCO: Asociación Hotelera y Turística de Colombia

3.3 Análisis de la Competencia

3.3.1 Competencia directa

En la ciudad de Girardot actualmente no existe un hotel temático que sea competencia directa para este proyecto. Sin embargo, se encuentra ubicado vía Girardot -Agua de Dios, km 2 el hotel temático paraíso estudios que a continuación se observa en el cuadro 7.

NOMBRE DEL HOTEL	TIPO DE HABITACIÓN	TARIFAS
HOTEL PARAÍSO ESTUDIOS Vía Girardot- Agua de Dios km 2	Habitación Estándar 1.cama Queen Sencilla	\$170.000
	Habitación Estándar doble 1.cama Queen	\$175000
	Habitación Superior Triple 1.cama King 1. cama sencilla	\$235.000
	Habitación Superior Cuádruple 1.cama King 1 camarote	\$285.000

Tabla 6. Hotel Paraíso competencia directa. Fuente: Construcción de la autora a partir de la información de la página web www.hotelparaisoestudios.com

3.3.2 Competencia indirecta

Se escogen los referentes que atienden un mercado igual o similar dentro de la ciudad de Girardot para conocer el tipo de habitaciones y las tarifas que ofrecen actualmente como se observa a continuación.

NOMBRE DEL HOTEL	TIPO DE HABITACIÓN	TARIFAS
HOTEL TOCAREMA Carrera 5 No. 19-41 Barrio Centro, Girardot	Habitación Queen 1.cama queen doble	\$ 349.000
	Habitación twin 2.camás queen sencilla	\$ 399.000
	Habitación familiar 2.camás King	\$ 499.000
	Suite presidencial 1 cama King doble	\$1.399.000
HOTEL MONASTERIO RESORT Condominio Lagos del Peñón, Girardot	Habitación doble 5 1. Estándar (cama doble Extra grande) 2 Estándar (sofá cama)	\$ 344.538
	Habitación suite familiar 4 2. Estándar (cama doble) 1 .estándar (cama Extra grande)	\$544.622
HOTEL PALMETTO Carrera 12 Av. Calle 25 Girardot	Habitación doble 1 cama doble	\$ 150.000
	Habitación cuádruple estándar 2.camás individuales 1.cama doble	\$240.000

	Habitación familiar estándar 3 camas individuales 1.cama doble	\$310.000
--	--	-----------

Tabla.7 Competencia indirecta. Fuente: Construcción de la autora con información de la página www.trivago.com.

3.3.3 Competencia sustituta

Se escogen 3 casa quintas con registro nacional de turismo vigente las cuales prestan el servicio de alojamiento, las cuales se perfilan como competencia sustituta para la idea de negocio desarrollada

NOMBRE	TIPO DE HABITACION	TARIFA
CASA EL PEÑÓN Condominio campestre el peñón	Apartamento 1 cama doble 2 camas individuales 1 cama doble y 1 sofá cama	\$ 590.000
VILA ALEJANDRA Carrera 5 no 9-81 Isla del Sol, Girardot	Apartamento 1 cama doble y 1 futón Sala de estar: 1 sofá cama	\$200.000
HOME REAL APARTA SUITES Carrera 7A # 30-92 la Magdalena	Habitación doble 1.cama doble	\$120.000
	Habitación triple 1.cama sencilla 1.cama doble	\$170.000

Tabla 8 Competencia sustituta. Fuente: Construcción de la autora con información de la página www.trivago.com.

3.4 Análisis del Mercado

3.4.1 Segmentación geográfica

País: Colombia

Región: Bogotá y alrededores, provincia del Alto Magdalena

Las estrategias de mercado se orientarán al mercado ubicado geográficamente en la delimitación descrita, las variables demográficas y psicográficas

3.4.2 Segmentación demográfica

En cuanto a la segmentación demográfica, el hotel temático orientara sus servicios a hombres y mujeres entre las edades de dieciocho y sesenta años son el segmento de mercado sin excepción de raza, orientación sexual, religión o nacionalidad y el nivel educativo secundario y profesional que cuentan con ingresos económicos superiores a \$1.000.000.

3.4.3 Segmentación psicográfica

Beneficios buscados: Alta calidad, precio razonable acordes a los servicios ofertados, exclusividad en la atención.

Lealtad de marca: Alta respecto a la oferta de la región.

Tasa de utilización del servicio: Media de acuerdo a temporada.

3.5 Recolección y Análisis de la Información

A continuación, se dan las características con las cuales se realiza la encuesta para la recolección de datos y determinar la aceptación del proyecto hotel temático en Girardot.

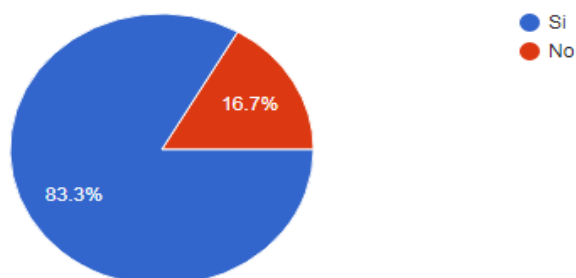
Diseño muestra	Intencional
Población objetivo	Hombres y mujeres entre 18 y 60 años.
Universo representado	Mercado objetivo
Técnica	Online
Tamaño de muestra	30
Momento estadístico	10 de noviembre – 28 de noviembre del 2016
Financiación	N/A

Tabla 9. Ficha técnica. Fuente: La autora

Se observa a continuación los resultados de las encuestas realizadas a las personas que viven fuera de la ciudad de Girardot.

1. Usted ha visitado o visitaría la ciudad de Girardot ?

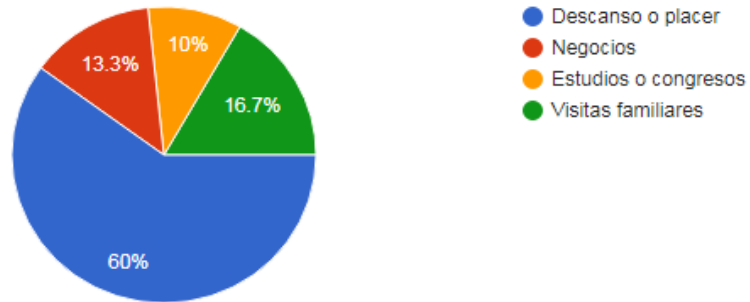
30 respuestas



De acuerdo con la gráfica, (83%) ha visitado o visitaría la ciudad, este resultado aporta una cifra importante para el proyecto ya que es un punto a favor por la afluencia de personas que visitan el municipio.

2. Cual ha sido o cual seria el motivo de visita?

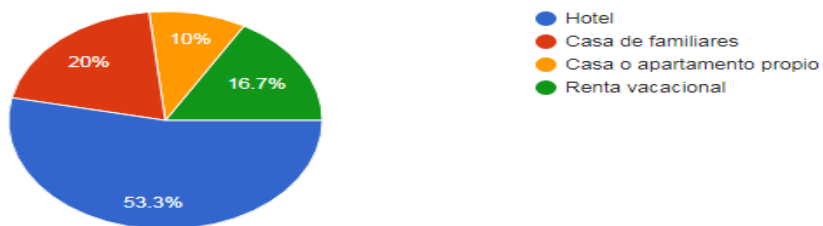
30 respuestas



De acuerdo con la gráfica, se evidencia que Girardot se constituye en el mercado turístico como un destino de descanso en gran parte (60%). Es por esto, que el Hotel Temático La Playa Boutique orientará sus estrategias hacia este mercado.

3. Que tipo de alojamiento hace uso cuando viaja .?

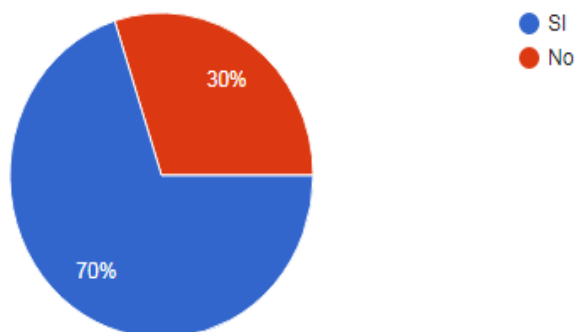
30 respuestas



El tipo de establecimiento de alojamiento y hospedaje que tuvo mayor aceptación fue el hotel (53.3%), lo que conduce a que los turistas tendrán una utilización del servicio preferente en el Hotel Temático La Playa Boutique respecto a otros tipos de EAH.

4. conoce usted el concepto de hotel temático ?

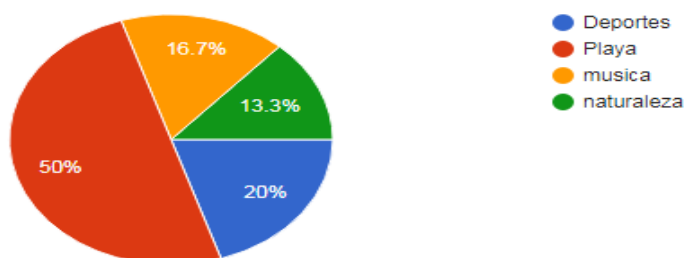
30 respuestas



De acuerdo con la gráfica, se hace evidente que (70%) saben que el hotel temático tiene características y servicios orientados a un tema particular, exclusivos e innovadores a diferencia de un hotel tradicional.

5. Que temática le gustaría en un hotel en Girardot ?

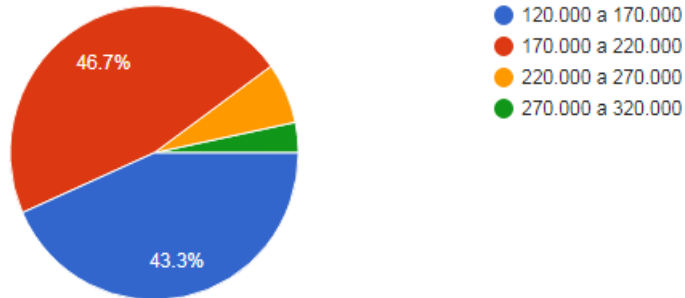
30 respuestas



De acuerdo a la gráfica, la playa es una temática la cual tiene una aceptación de un (50%) lo cual es aceptado por las unidades familiares debido a la representatividad de calidez, diversión y felicidad.

6.cuanto estaría dispuesto a pagar por una habitación sencilla ?

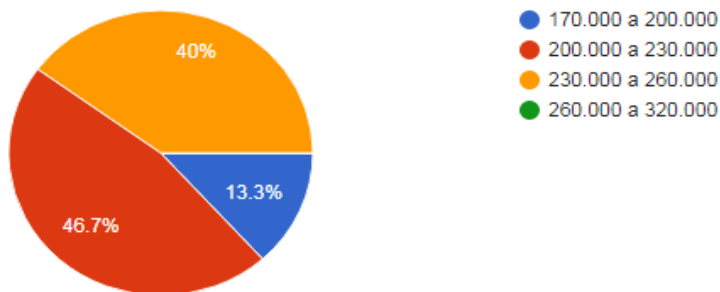
30 respuestas



De acuerdo a la gráfica, la capacidad de pago del mercado por habitación sencilla se ajusta a las tarifas establecidas para los servicios ofertados por el Hotel Temático La Playa Boutique

7.cuanto estaría dispuesto a pagar por una habitación doble ?

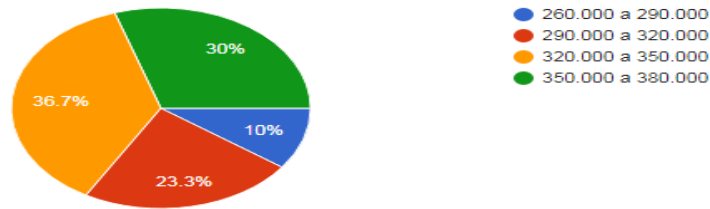
30 respuestas



De acuerdo a la gráfica, la capacidad de pago del mercado por habitación doble se ajusta a las tarifas establecidas para los servicios ofertados por el Hotel Temático La Playa Boutique

8. cuánto estaría dispuesto a pagar por una habitación familiar ?

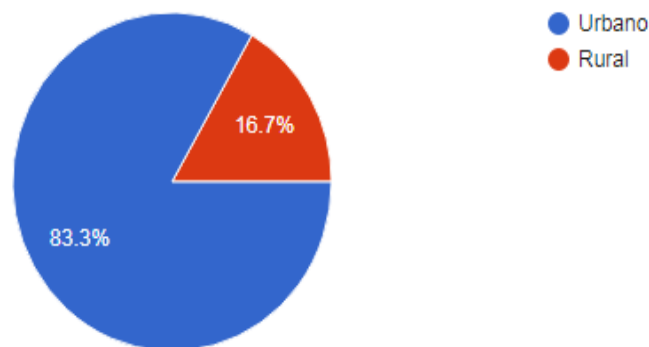
30 respuestas



De acuerdo a la gráfica, la capacidad de pago del mercado por habitación familiar se ajusta a las tarifas establecidas para los servicios ofertados por el Hotel Temático La Playa Boutique

9. En que zona le gustaría el hotel temático ?

30 respuestas



De acuerdo a los resultados, la zona urbana es de mejor aceptación (83.3%) para los turísticos por su ubicación central en la ciudad y cercanía a los establecimientos comerciales y sitios de interés, a su vez que las vías de acceso sean aptas para la entrada y salida del hotel temático, validando la ubicación seleccionada.

3.6 Análisis General

Las encuestas se realizaron vía online a 30 personas que viven fuera de la ciudad , se realiza cada pregunta con el fin de que sea factible para el plan de negocios para la creación del Hotel Boutique La Playa, Girardot por estar ubicada en el centro del país y sus vías de acceso hacen que los turistas de las principales ciudades visiten la ciudad por su infraestructura hotelera y sitios de interés hacen atractivo este lugar, gran parte de los turistas eligen la ciudad por motivo de descanso siendo una ciudad tranquila, sin tráfico, y segura. El hotel tradicional es el de mayor ocupación a diferencia de otros lugares de hospedaje, esto hace que el proyecto se oriente a la creación de un hotel boutique con referencia a lo anterior tiene una aceptación favorable, el concepto temático no es desconocido para los turistas como puede observarse en los resultados su gran mayoría sabe que una habitación temática ofrece originalidad y expectativas diferentes además de un servicio exclusivo , se dan a escoger diferentes temáticas para las habitaciones pero la que tuvo mayor influencia fue el tema de la playa quizás porque no es común encontrar habitación en una ciudad que esta tan lejos de la playa brisa y mar y cumplir con las expectativas de un gusto para toda la familia.

En cuanto a la disponibilidad de pago por habitación temática sencilla a la familiar son precios que varían de los \$170.000 mil pesos a \$320.000 mil pesos, los que estarían dispuestos a pagar los turistas, por último el hotel urbano es más popular a diferencia del hotel rural cabe aclarar que el urbano está dentro de la ciudad y cerca de los establecimientos comerciales y sitios de interés, finalmente se puede concluir que el estudio de mercado nos arroja información importante la cual hace que este proyecto sea factible y aporte beneficios tanto para el empresario como para el sector económico y turístico de la ciudad .

3.7 Concepto de negocio

El hotel la playa boutique busca brindar un servicio de alojamiento personalizado, con habitaciones temáticas como valor agregado y con infraestructura óptima para una estadía con calidad, el recurso humano del hotel hará que el cliente pase una experiencia inolvidable transmitiendo confiabilidad en el manejo de los procesos, buen trato, la amabilidad, cortesía, integridad y entusiasmo serán la mejor carta de presentación para posicionar una personalidad de marca al mejor estilo.

3.8 Alianzas Estratégicas

- Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO
- Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica ACODRES
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo ANATO

Generar alianzas estratégicas con los principales gremios de sector del país posibilitará la penetración al mercado objetivo y facilitará el posicionamiento del Hotel.

Adicionalmente, se propenderá generar alianzas con proveedores y establecimientos de la región.

3.9 Estrategias de Precio

3.9.1 Precios de penetración

Se dará 10 % de la tarifa de hospedaje para los clientes que se alojen en la inauguración del Hotel La Playa Boutique.

3.9.2 Ajustes de precio

Descuentos y bonificaciones: si es cliente fiel, lleva un descuento de 20 % de la tarifa de la habitación.

Precios promocionales: fechas especiales con promoción según tipo de acomodación

Precios psicológicos: pague desde 169.999 a 349.999 según tipo de acomodación

3.10 Estrategias de Publicidad

Se hará publicidad sobre el hotel la playa mediante canales de comunicación masivos para lograr llegar a todos los lugares y personas por estos medios como lo es la prensa, radio, redes sociales: Facebook, Instagram, y twitter, televisión, revista y publicidad en el hotel.

4. Estudio Técnico

4.1 Portafolio de Servicios

El hotel la playa boutique contará con servicio de alojamiento único exclusivo y personalizado. En un inicio solo se ofertará el servicio de alojamiento, condicionados por la viabilidad financiera del proyecto, a medida que se cumplan las proyecciones realizadas se irán incorporando nuevos servicios al portafolio.

4.1.1 Tipo de habitaciones

De acuerdo al modelo de negocio y a la oferta de valor que se desea desarrollar se ofrecerán los siguientes tipos de habitaciones.

8 habitaciones sencillas	8 habitaciones dobles	4 habitaciones familiares
\$ 170.000 a 220.000*	\$200.000 a \$ 230.000*	\$320.000 a 350.000*
		*Variación de acuerdo a la temporada

Tabla 10. Tarifas. Fuente: La autora

4.2 Necesidades y requerimientos

4.2.1 Proveedores

Para la puesta en marcha del proyecto se necesitarán los siguientes proveedores, los cuales facilitarán los insumos, materias primas y materiales para la construcción y operación del establecimiento hotelero:

1. Colchones omegas*
2. Home center
3. Constructor
4. Sodimac Corona
5. Almacenes Éxito
6. Sun computer*
7. Sistemas y soluciones integradas*²

² * Proveedores locales

4.2.2 Recursos físicos

MUEBLES Y ENSERES			
Detalle	Cantidad	Costo unit.	Total
Camas tipo somelier sencillas + mesas de noche	10	\$ 700.000	\$ 7.000.000
Camas tipo somelier doble + mesas de noche	10	\$750.000	\$7.500.000
Aire acondicionado	20	\$ 400.000	\$ 8.000.000
Televisores 40"	20	\$400.000	\$ 9.000.000
Decoración temática	20	\$1.000.000	\$20.000.000
Total			\$51.500.000

Tabla 11. Muebles y enseres. Fuente: La autora

EQUIPO DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Costo unit.	Valor total
Computador	1	\$700.000	\$700.000
Impresora Epson continua	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Escritorio	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Sillas gerenciales	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Sillas auxiliares	4	\$ 50.000	\$ 200.000
Celulares ZTE Blade L2	22 ³	250.000	\$5.500.000
Total			\$ 7.860.000

Tabla 11. Equipo de oficina. Fuente: La autora

³ Ventaja comparativa. Se contará con servicio de telefonía móvil por habitación en vez de la tradicional telefonía fija.

4.2.3 Recursos financieros

El proyecto se financiará con un crédito de un valor de \$365.000.000 (trescientos sesenta y cinco millones) MTC con una tasa de interés del 12,75% anual, con el Banco de Bogotá

Ver anexo Simulador financiero.

4.2.4 Recursos tecnológicos

Detalle	Cantidad	Costo unit.	Valor total
Servicio wifi	1	\$200.000	\$200.000
Telefonía celular	22	54.550	1.200.000
Cámaras de televisión	17	\$ 200.000	\$ 3.400.000
Total			\$ 7.000.000

Tabla 12. Recursos tecnológicos. Fuente: La autora

5. Estudio Organizacional

5.1 Organigrama

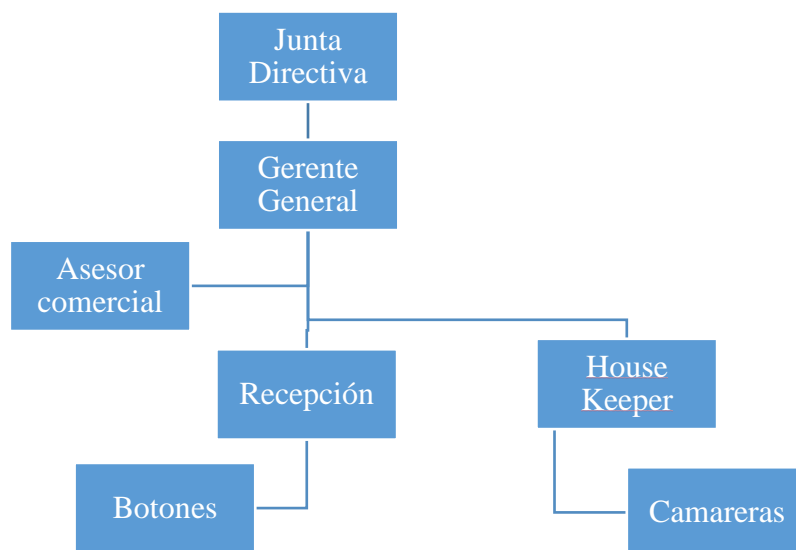


Gráfico 1. Organigrama. Fuente: La autora

5.2 Perfiles y funciones

A continuación, se describen los perfiles y funciones de cada colaborador que laborara en el hotel la playa boutique.

Gerente general	
Nombre del cargo: Gerente general	Dependencia: Administración
Codigo del cargo: GG	Jefe inmediato: Junta directiva
Personal a cargo: Recepcionista, house keeper, camareras y asesor comercial	
Objetivo general del cargo	
Gerenciar los procesos administrativos, comerciales y operativas del establecimiento, manteniendo un apoyo eficiente y con capacidad de liderazgo en la prestación del servicio	

ofrecido por el hotel, hacia los clientes externos e internos.	
Perfil requerido	
Educación: Postgrado	Educación requerida: graduado en administración turística y hotelera, con especialización en gerencia o afines
Conocimientos	
Dominio del idioma inglés, relaciones públicas, ventas, gestión del talento humano, contabilidad, informática y amplia cultura general. Alta competencia en servicio al cliente	
Experiencia: Tres años en cargos similares en hoteles del país.	Entrenamiento requerido: Inducción general de la empresa, conocimiento de los procesos, procedimientos, portafolio de servicios y normas de la empresa.
Habilidades	
Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, servicio al cliente, iniciativa, búsqueda de información, normas e integridad, ética profesional, liderazgo, sentido de pertenencia y adaptabilidad y poseer tres tipos de habilidades: técnica, humana y conceptual.	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar el estado de la tecnología de la empresa. - Darle una determinada orientación y dirección a la organización. - Satisfacer y mantener una cordial relación con los empleados. - Satisfacer los deseos y las demandas que le exija el cliente. - 	

Tabla 13. Gerente general. Fuente: La autora

Recepcionista	
Nombre del Cargo: recepcionista	Dependencia: Administración
código del cargo: seg	Jefe Inmediato: gerencia
Personal a cargo: house keeper.	
Objetivo general del cargo	
Se encargan de la bienvenida a los huéspedes a su llegada al hotel. Sus deberes incluyen el registro de las entradas y salidas de los clientes, la entrega de llaves, la realización de reservas por teléfono o por correo electrónico, la preparación de recibos y el cobro de las facturas. Deben responder las demandas y preguntas de los huéspedes e intentar solucionar sus quejas.	
Perfil requerido	
Educación: tecnólogo	Educación requerida: tecnólogo en servicio al cliente.
Conocimientos	
manejo en sistemas y contabilidad, sistema hotelero, manejo de office, manejo de marketing	
Experiencia: un año en cargos administrativos.	Entrenamiento requerido: inducción general de la empresa, conocimiento de los procesos, procedimientos, portafolio de servicios y normas de la empresa.
Habilidades	
Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, servicio al cliente, iniciativa, búsqueda de información, normas e integridad, ética profesional, liderazgo, sentido de pertenencia y adaptabilidad.	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar eficientemente los recursos asignados (equipos, horas hombre). - Utilizar, resguardar y mantener la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente. - Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo 	

Tabla 14. Recepcionista. Fuente: La autora

House Keeper	
Nombre Del Cargo: House keeper	Dependencia: Administración
Codigo Del Cargo: Seg	Jefe Inmediato: Gerencia
Personal a cargo: camareras	
Objetivo General del Cargo	
<p>Es el área encargada de la completa dirección y organización de todo el departamento y sus empleados, coordinando trabajos de acarreo del equipaje de los pasajeros, distribución y servicio de habitaciones.</p> <p>Es el departamento más operacional dentro de un Hotel por lo que cuenta con el Mayor número de personal necesario para el buen desempeño de sus funciones.</p>	
Perfil Requerido	
<p>Educación:</p> <p>Tecnólogo en administración de empresas turista</p>	<p>Educación Requerida:</p> <p>Conocimientos en el área de hotelería ya sea como camarera o en administración para saber administrar los insumos y materiales que estarán a su cargo.</p>
Conocimientos	
<p>Es la persona encargada para ser la responsable y estar al frente del departamento, siendo su principal responsabilidad la limpieza y preparación de las habitaciones, salones de eventos y del hotel en general.</p>	
<p>Experiencia: Un año en cargos administrativos</p>	<p>Entrenamiento Requerido:</p> <p>Inducción general de la empresa, conocimiento de los procesos, procedimientos, portafolio de servicios y normas de la empresa.</p>
Habilidades	
<p>Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, servicio al cliente, iniciativa, búsqueda de información, normas e integridad, ética profesional, liderazgo, sentido de pertenencia y adaptabilidad.</p>	

Funciones y Responsabilidades	
Programar actividades de limpieza y arreglo de habitaciones y áreas públicas del Hotel.	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar el desempeño de labores del personal a su cargo. - Realizar el programa de horarios, vacaciones, descansos, etcétera, del personal del departamento. - suministros, materiales y equipo de trabajo utilizados en su departamento. - Controla las llaves de las camaristas y las llaves maestras. - Controla, custodia y devuelve los objetos perdidos y encontrados. - Coadyuva a mantener en buen estado de funcionamiento y servicio las habitaciones del hotel. 	

Tabla 15. House keeper. Fuente La autora

Asesor Comercial	
Nombre del Cargo: asesor comercial	Dependencia: Administración
Código del Cargo: SEG	Jefe Inmediato: Gerencia
Objetivo General del Cargo	
Asesorar el proceso de planeación, formulación y puesta en práctica de políticas de comercialización y mercadeo, el diseño de programas y estrategias de la oferta y el portafolio de productos y servicios en función integral al cliente, satisfaciendo las necesidades mercado-cliente, creando un ambiente sólido de vínculos comerciales que proyecten en el futuro un crecimiento sostenido y uniforme de la empresa.	
Perfil Requerido	
Educación: Técnico o tecnólogo	Educación Requerida: Conocimientos en ventas y relaciones públicas.
Conocimientos	
Hablar y escribir el idioma inglés, Relaciones públicas, ventas en mercadotecnia, recursos humanos, contabilidad, informática y amplia cultura general.	
Experiencia: Un año en cargos administrativos	Entrenamiento Requerido: Inducción general de la empresa, conocimiento de los procesos, procedimientos, portafolio de servicios y normas de la empresa.

Habilidades	
Trabajo en equipo, relaciones interpersonales, servicio al cliente, iniciativa, búsqueda de información, normas e integridad, ética profesional, liderazgo, sentido de pertenencia y adaptabilidad y poseer tres tipos de habilidades: técnica, humana y conceptual.	
Funciones y Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocer acertadamente los productos y servicios de la organización - Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades - Mantener un continuo contacto con los clientes. - Administrar coherentemente su agenda de trabajo. - Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados. - Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios. - Responsabilizarse del recaudo de cartera de los clientes. - Ofrecer un excelente servicio post venta. - Diligenciar y reportar al coordinador de calidad las oportunidades de mejoramiento expresadas por el cliente. - Cumplir con las metas establecidas para el presupuesto. 	

Tabla 16. Asesor comercial. Fuente: La autora

5.3 Administración de Sueldos y Salarios

A continuación, se proyecta la nómina con todas las características prestaciones sociales legales de acuerdo con el organigrama en la tabla 16.

Nombre	DEVENGADO		DEDUCCIONES			TOTAL DEDUCCIONES	Total Deducido	Neto Pagado	SEGURIDAD SOCIAL			PRESTACIONES				NOMINA	
	Salario Base	Total Devengado	Salud	Pensión	ARP				Salud	Pensión	Cesantías	Interes a Ces	Primas de ser	Vacaciones	Mes	Año	
Gerente general	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 136.000	\$ 136.000	\$ 1.564.000	\$ 8.874	\$144.500	\$ 204.000	\$ 141.610	\$ 1.416	\$ 141.610	\$ 70.890	\$ 2.276.900	\$ 27.322.801	
Asesor comercial	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 38.000	\$ 38.000	\$ 76.000	\$ 76.000	\$ 874.000	\$ 4.959	\$ 80.750	\$ 114.000	\$ 79.135	\$ 791	\$ 79.135	\$ 39.615	\$ 1.272.385	\$ 15.268.624	
Recepcionista 1	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 29.509	\$ 29.509	\$ 59.017	\$ 59.017	\$ 678.700	\$ 3.851	\$ 62.706	\$ 88.526	\$ 61.452	\$ 615	\$ 61.452	\$ 30.763	\$ 988.063	\$ 11.856.762	
Recepcionista 2	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 29.509	\$ 29.509	\$ 59.017	\$ 59.017	\$ 678.700	\$ 3.851	\$ 62.706	\$ 88.526	\$ 61.452	\$ 615	\$ 61.452	\$ 30.763	\$ 988.063	\$ 11.856.762	
House Keeper	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 29.509	\$ 29.509	\$ 59.017	\$ 59.017	\$ 678.700	\$ 3.851	\$ 62.706	\$ 88.526	\$ 61.452	\$ 615	\$ 61.452	\$ 30.763	\$ 988.063	\$ 11.856.762	
Camarera 1	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 29.509	\$ 29.509	\$ 59.017	\$ 59.017	\$ 678.700	\$ 3.851	\$ 62.706	\$ 88.526	\$ 61.452	\$ 615	\$ 61.452	\$ 30.763	\$ 988.063	\$ 11.856.762	
Camarera 2	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 29.509	\$ 29.509	\$ 59.017	\$ 59.017	\$ 678.700	\$ 3.851	\$ 62.706	\$ 88.526	\$ 61.452	\$ 615	\$ 61.452	\$ 30.763	\$ 988.063	\$ 11.856.762	
camarera 3	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 29.509	\$ 29.509	\$ 59.017	\$ 59.017	\$ 678.700	\$ 3.851	\$ 62.706	\$ 88.526	\$ 61.452	\$ 615	\$ 61.452	\$ 30.763	\$ 988.063	\$ 11.856.762	
TOTAL	\$ 7.076.302	\$ 7.076.302	\$ 283.052	\$ 283.052	\$ 566.104	\$ 566.104	\$ 6.510.198	\$ 36.938	\$601.486	\$ 849.156	\$ 589.456	\$ 5.895	\$ 589.456	\$ 295.082	\$ 9.477.666	\$ 113.731.996	

Tabla 16. Nómina. Fuente: La autora

5.4 Marco Legal

En el siguiente cuadro se especifican la normatividad requerida para la apertura legal de un establecimiento turístico con el fin de prestar servicio de alojamiento.

Tipo de documento	Valor
- Registro ante la cámara de comercio	\$ 39.000
- Valor de la tabla de liquidación para persona jurídica	\$ 132.000
- Valor de la tabla de liquidación para establecimiento	\$ 83.000
- Formulario de registro DIAN	\$ 3.200
- Firma electrónica	Sin costo
- RNT (registro nacional)	\$ 98.000

turismo)	
----------	--

Tabla 17. Normatividad. Fuente: La autora a partir de datos de las entidades correspondientes

A continuación, se resaltarán las leyes más importantes que se deben de cumplir antes, durante y hasta el final en la apertura de un establecimiento que preste servicios de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas para garantizar una calidad de servicios a las personas.

Norma	Objetivo	Contribuciones al proyecto
Ley 300 de 1996	<p>Prestadores de servicios art 76.</p> <p>Entiéndase por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con</p> <p>El turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo.</p>	<p>Para el hotel la playa boutique prestar sus servicios de hospedaje deberá acogerse a esta ley y hacer todos los procesos legales que se requiere para garantizar unos óptimos servicios hoteleros.</p>

<p>Ley 300 de 1996</p>	<p>Art 77</p> <p>Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos</p> <p>Requisitos para que el prestador de servicios puedan realizar sus labores legalmente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inscribirse en el Registro Nacional de Turismo. 2. Acreditar, ante el Ministerio de Desarrollo Económico, las condiciones y requisitos que demuestren su capacidad técnica, operativa, financiera, de procedencia de capital y de seguridad al turista, así como los títulos o requisitos de 3. Ajustar sus pautas de publicidad a los servicios ofrecidos, en especial en Materia de precios, calidad y cobertura del servicio. 4. Suministrar la información que le sea requerida por las autoridades de turismo. 5. Dar cumplimiento a las normas sobre conservación del medio ambiente tanto en el desarrollo de proyectos turísticos, como en la prestación de sus servicios. 6. Actualizar anualmente los datos de su inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
------------------------	--	---

Ley 679 de 2001	<p>Por medio de la cual se</p> <p>Expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.</p>	<p>Para el hotel temático boutique es importante no permitir la explotación sexual de menores de edad dentro del establecimiento ya que será una empresa basada en la cual se deberá acoger a los principios que dicta esta ley.</p>
Norma sectorial colombiana NTS-TS-002	<p>Esta norma ha sido diseñada con el fin de orientar al talento humano vinculado a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, para que incorporen prácticas que lleven a cumplir los requisitos ambientales, socioculturales y económicos relacionados con el desarrollo sostenible.</p>	<p>Hoy por hoy todas las empresas requieren un sistema sostenible y sustentable para el mejoramiento del medio ambiente, así que esta norma implementara requisitos específicos en el consumo adecuado de agua y energía.</p>

Tabla 18. Normatividad 2. Fuente: construcción de la autora a partir de la normatividad referenciada

6. Conclusiones

Como resultado de la elaboración del plan de negocios del hotel la playa boutique se puede concluir que llega para ofrecer un servicio de alojamiento personalizado con sus 20 habitaciones temáticas , totalmente dotadas , ofreciendo un servicio al cliente diferente para que su estadía sea inolvidable además llevando a cabo los procesos con mayor calidad posible para satisfacer las necesidades de los huéspedes que pernotaran en el hotel la playa llevándose con ellos una experiencia única en el servicio que se brindara y la innovación de la infraestructura serán nuestra mejor carta de presentación para dejar huella y así ser reconocidos a nivel local, con conocimientos y habilidades que permitan ejecutar la idea planteada en este plan de negocio.

El estudio de mercado evidencia la necesidad de un hotel que brinde un servicio integral, innovador y de calidad a la hora de pernoctar tendrá acogida de manera positiva en los turistas que le apuestan a conocer un lugar que brinde nuevas expectativas, y se articula a su vez con el plan de desarrollo por su interés de promover proyectos para el sector turístico y generar empleo.

Las nuevas tendencias arrasan con el tema de la innovación y Girardot es el escenario perfecto para crear el hotel playa temático boutique por lo tanto el potencial de mercado como lo indica la encuesta realizada son personas entre 18 a 60 años sin excepción de raza , orientación sexual o religión que visitan la ciudad de Girardot para descanso o placer ya que la oferta de valor es el plus del proyecto porque el tipo de alojamiento que se ofrecerá es innovador, explorador y hace que se genere intriga por parte de los turistas de experimentar un tipo de alojamiento con una temática que a cualquier persona quisiera pasar tan solo un día de playa, brisa y mar.

De acuerdo con el plan financiero las inversiones requeridas son por un valor de \$365.000.000 (trescientos sesenta y cinco mil millones) de pesos representados en la compra de terrenos, planta y equipo y puesta en marcha del proyecto, esta inversión se realizara con el objetivo de generar la mayor rentabilidad posible generando la liquidez suficiente para que el desarrollo del plan de negocios genere un diagnostico financiero positivo, que soporte la actividad de cada una de las operaciones financieras que se realicen.

El capital con el que se dará inicio al desarrollo de al Hotel La Playa Boutique tendrá una amortización mensual con tasa anual del 12.75% E.A con un plazo de 60 meses como se puede evidenciar en la financiación del crédito ,en las ventas se proyecta que desde el primer año las utilidades representan un 4.7% con respecto al total de las ventas de este periodo lo que demuestra una rentabilidad positiva, en el transcurso del desarrollo del proyecto ya que en el año 5 está también representa un 7.2% ganando 2.5% de rentabilidad de diferencia con respecto al primer año, la viabilidad del proyecto muestra un valor presente neto de \$ 14.950.303,94.

Lo que muestra que el proyecto genera rentabilidad positiva, además la tasa interna de Retorno (TIR), fue del 26.80%, lo que indica que el retorno de la inversión se genera de forma positiva en este plan de inversión.

7. Referencias

Congreso de Colombia. (2 de agosto de 2004) artículo.2. Ley sobre promoción desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. Recuperado de <http://www.supertransporte.gov.co/documentos/ifc/documentos/leyes/Ley%20905%20de%202004.pdf>.

El heraldo (24 de febrero de 2016) clasificados el heraldo. Recuperado de <https://www.elheraldo.co/economia/turismo-aporto-5200-millones-de-dolares-al-pib-245250#sthash.bHfnBuPQ.dpuf>.

Facchin ,J.(5 de mayo de 2013).Tendencias actuales e Innovación en el Sector Hotelero. Recuperado de <https://josefacchin.com/tendencias-actuales-e-innovacion-en-el-sector-hotelero/>.

Google.(s.f).mapa de Girardot, Cundinamarca. Recuperado de <https://www.google.com.co/maps/@4.3026556,-74.8036734,19z?hl=es-419>.

Hotel paraíso estudio. (s.f) habitaciones y tarifas. Recuperado de <https://www.hotelparaisoestudios.com/>

Hoteles en Girardot. (s.f.) trivago.com.co recuperado de <https://www.trivago.com.co/?aDateRange%5Barr%5D=2017->

Ley 300 de 1996.Diario oficial de la República de Colombia, Bogotá, 30 de julio de 1996 recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8634>

Ley 679 De 2001. Diario oficial de la República de Colombia, Bogotá D.C, 04 de agosto de 2001 recuperado de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18309>

Norma sectorial colombiana NTS-TS-002, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) Bogotá, D.C, 07 de octubre de 2006 recuperado de

http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/Otros/NTC/2006/NTSTS_002_2006.pdf

Ocupación hotelera (28 de febrero de 2017). la metro noticias. Recuperado de <http://lametronoticias.com/ocupacion-hotelera-en-el-mes-de-enero-de-2017-se-mantiene-estable/>

Plan de desarrollo, acuerdo N°004, (2016), por medio del cual se adopta el plan de desarrollo Girardot para seguir avanzando. Recuperado de <file:///d:/users/usuario/downloads/acuerdo%20n%c2%ba%200004%20plan%20de%20desarrollo%20final.pdf>.

Toro Gustavo Adolfo, (2017). Comunicado de prensa. Cotelco nacional. Recuperado de <http://www.cotelco.org/assets/views/noticia.html?id=34>.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (s.f.). Estudio de mercado. [Notas de clase]. Recuperado de: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20de%20mercado.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20de%20mercado.pdf)

Visión 2030 para el turismo colombiano (abril 26 2017) Cotelco nacional. Recuperado de <http://www.cotelco.org/assets/views/noticia.html?id=43>.