

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO
DE HOSPEDAJE ESPECIALIZADO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA DE
INDIAS.**

WILMER JOSE CARDENAS BARRERA

DIANA CAROLINA GULFO GUZMÁN

**UNIVERSIDAD DEL SINÚ- SECCIONAL CARTAGENA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS**

JUNIO 2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE
HOSPEDAJE ESPECIALIZADO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS.

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE:
ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

WILMER JOSE CARDENAS BARRERA
DIANA CAROLINA GULFO GUZMÁN

TUTORES:

Dr. EMILIANO RODELO ANAYA

Dr. ENRRIQUE OCHOA DE ARCO

UNIVERSIDAD DEL SINÚ- SECCIONAL CARTAGENA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS

JUNIO 2016

DEDICATORIA

Al Dios todo poderoso.

Por permitirme llegar hasta este punto y darme salud para lograr mis objetivos, además de su interminable misericordia y amor.

A mis padres

Por apoyarme en el camino de mi carrera, que no desistieron, que siempre estuvieron conmigo dándome aliento y motivándome a luchar por mis sueños.

AGRADECIMIENTOS

Muchas gracias a mis asesores de proyecto el Dr. Emiliano Rodelo Anaya y el Dr. Enrique Ochoa de Arco, por habernos guiado en la elaboración del proyecto aportando sus conocimientos, tiempo y apoyo haciendo correcciones para lograr eficientemente el presente.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Nosotros, los abajo firmantes, constituidos como jurado examinador y reunidos en Colombia, el mes junio de 2016, con el propósito de evaluar el Trabajo de Grado titulado:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE
HOSPEDAJE ESPECIALIZADO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS.

Elaborado por:

Wilmer José Cárdenas Barrera, Diana Carolina Gulfo Guzmán

Para optar el título de:

Administrador de negocios internacionales

Aprobado _____ Reprobado: _____

Observaciones:

Dr. Alexander Gary

Dr. Emiliano Rodelo

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	8
2	RESUMEN	9
3	ABSTRACT	10
4	PALABRAS CLAVES	11
5	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE HOSPEDAJE ESPECIALIZADO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS.	12
5.1	PROBLEMA	12
5.1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	12
5.1.2	PREGUNTA PROBLEMA	12
6	OBJETIVOS	13
6.1	OBJETIVO GENERAL	13
6.1.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
6.1.2	Describir las quejas de los huéspedes por el servicio brindado en hoteles, pensiones, hostales, etc.	13
6.1.3	Especificar las expectativas que tienen los estudiantes universitarios de otras ciudades al momento de elegir estudiar en la ciudad de Cartagena.	13
6.1.4	Determinar los precios del mercado en servicio de hospedaje en la ciudad de Cartagena.	13
6.1.5	Precisar los criterios que los clientes demandarían a la hora de adquirir nuestro servicio.	13
7	JUSTIFICACIÓN	14
8	MARCO TEÓRICO	16
9	MARCO REFERENCIAL	17
9.1	DORMITORIOS ESTUDIANTILES EN LA UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA EN MÉXICO.	17
9.2	DORMITORIOS ESTUDIANTILES EN LA UNIVERSIDAD MONTEMORELOS EN MÉXICO	17
9.3	THE COLOMBIA HOUSE-BOGOTÁ	18
9.4	PARA ESTUDIANTES DE LA SABANA QUE BUSCAN UNA BUENA OPCIÓN PARA HOSPEDARSE.	18
10	MARCO CONCEPTUAL	19

11	MARCO LEGAL	22
12	DISEÑO METODOLÓGICO	23
12.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	23
12.2	Mercado objetivo	23
12.3	Criterios de Inclusión:	23
12.4	Muestra del estudio	23
12.5	Instrumentos de medición	24
12.6	Proceso de recolección de información	24
13	resultados y análisis	25
13.1	análisis del sector	25
13.1.1	Hospedaje y alojamiento	26
13.2	Análisis de la competencia	27
13.2.1	Competencia directa	27
13.2.2	Competencia indirecta:	27
13.2.3	Descripción del producto	29
13.2.4	Método de Promoción	29
13.2.5	Determinación del Precio	29
13.2.6	Distribución de la Plaza	29
13.3	Estudio técnico	30
13.3.1	Medidas de la habitación:	30
13.3.2	Descripción de la habitación:	30
13.3.3	Suministro de proveedores:	31
13.3.4	Ubicación:	31
13.4	Visión	31
13.5	Misión	31
13.6	análisis de las encuestas	30
13.7	análisis financiero:	32
13.7.1	Inversión total	33
13.7.2	Ingresos	33
13.7.3	Punto de equilibrio	34
13.7.4	Flujo monetario	34

13.7.5 Rentabilidad	35
Nota: observar más detalles en anexo 5	35
13.8 conclusiones	35
14 recomendaciones	37
15 Bibliografía	38
16 anexos	40
16.1 Anexo 1: Encuesta	41
16.2 ANEXO 2: resultados de las encuestas:	43
16.3 ANEXO 3: Medidas de la habitación	48
16.4 ANEXO 4: equipamiento de la habitación	49
16.5 ANEXO 5: Estudio financiero	50

1 INTRODUCCIÓN

Cartagena de Indias es una hermosa ciudad ubicada en la Costa Caribe colombiana, rodeada de monumentos históricos, bellas playas, clima tropical, grandes compañías y muy buenas universidades. Todo lo anterior funciona en ciclo gracias al constante flujo de personas, las cuales cierto porcentaje contrata una estadía permanente por motivos mayormente estudiantiles y turísticos.

En el proyecto se realizara una investigación de mercado y un estudio financiero para determinar la factibilidad para la creación de un servicio de hospedaje especializado en la ciudad de Cartagena.

Cartagena de Indias is a beautiful city located in the Colombian Caribbean Coast, surrounded by historical monuments, beautiful beaches, tropical climate, large companies and very good universities. All this works in cycle thanks to the constant flow of people, which a certain percentage hires a permanent stay for mostly student and tourist reasons.

In the market research project and a financial study be conducted to determine the feasibility of creating a specialized hosting service in the city of Cartagena.

2 RESUMEN

En la ciudad de Cartagena actualmente el servicio de hospedaje para estudiantes universitarios se presenta de manera informal y con poca calidad en el servicio, nace como propuesta el estudio de factibilidad para la creación de un servicio de hospedaje especializado el cual plantea realizar los estudios pertinentes para optimizar el servicio que se presta en la ciudad hoy.

La investigación es tipo cuantitativa y cualitativa debido a que estaremos indagando información sobre expectativas criterios, y también observando el comportamiento del mercado, precios de referencia para así lograr desarrollar los objetivos con éxito.

Los resultados de la investigación son propicios, pues la oportunidad de poner en marcha el proyecto dirigido al nicho de mercado señalado es favorable y la inversión es económicamente factible.

3 ABSTRACT

In the city of Cartagena currently hosting service for university students presented informally and low quality service , born as proposed feasibility study for the creation of a service specialized hosting which proposes conducting the necessary studies for optimize the service provided in the city today .

The research is both quantitative and qualitative because we are inquiring about criteria expectations, and also observing market behavior, reference prices in order to achieve the objectives successfully develop.

The research results are favorable as the opportunity to launch the project aimed at niche market is favorable and noted investment is economically feasible.

4 PALABRAS CLAVES

Pensión: habitación en casa familiar que es ofrecida a una persona particular la cual paga por la habitación y por un lapso de tiempo determinado.

Huésped. Persona que se aloja en un establecimiento de alojamiento y hospedaje, mediante contrato de hospedaje.

Programa de mantenimiento. Conjunto de uno o más mantenimientos planificados de instalaciones físicas para un periodo de tiempo determinado y dirigidos hacia un propósito específico.

Doble: habitación ocupada por dos adultos, cama para dos personas.

Estancia: período durante el cual el huésped ocupa una habitación

Hospitalidad: cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a personas. Industria constituida por establecimiento de alojamiento y restaurantes, recibimiento cordial que se procura a huéspedes o extraños.

Ocupación: porcentaje de habitaciones disponibles que fueron vendidas durante un período específico de tiempo. La ocupación se calcula dividiendo el número de habitaciones vendidas por habitaciones disponibles.

5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE HOSPEDAJE ESPECIALIZADO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS.

5.1 PROBLEMA

5.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La ciudad de Cartagena tiene un flujo creciente de personas no residentes (turistas y estudiantes) que demandan posada permanente; Por lo que la compañía plantea una forma de hospedaje diferente, donde se preste una atención al cliente optima y excelente calidad en el servicio reestructurando la forma de estadía que obtienen las personas que adquieren dicho servicio. El servicio de pensiones en la ciudad de Cartagena actualmente no está organizado y tampoco brinda un buen servicio. Para entrar en detalles la opción más común de alojamiento permanente son las pensiones en casas familiares, estas consisten en que una familia tiene una habitación disponible la cual desean aprovechar e introducen a una persona, quien cancela por el servicio de alquilar de la habitación; otra opción para alojarse en son los hoteles convencionales que en una ciudad como Cartagena con altos índices de turismo, por efecto el alquiler mensual de una habitación será elevado; y por último el arriendo de apartamento es algo engorroso debido a que las gestiones inmobiliarias son altamente complicadas para una persona que recién llega a la ciudad. Se les requiere unos codeudores, certificados y estudios en las entidades de riego.

Las pensiones en casas familiares tienen restricciones que se imponen, van desde los horarios de entrada y salida, limitación de los espacios comunes, hasta el tipo de alimentación la cual mayormente es entregada con solo una opción; las visitas es otro factor el cual está altamente condicionado por los dueños del inmueble, el uso de los servicios públicos también está controlado (baños, teléfono, aparatos electrónicos, etc.)

5.1.2 PREGUNTA PROBLEMA

¿Es factible brindar un servicio de hospedaje especializado en la ciudad de Cartagena?

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para brindar un servicio de hospedaje especializado en la ciudad de Cartagena.

6.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

6.1.2 Describir las quejas de los huéspedes por el servicio brindado en hoteles, pensiones, hostales, etc.

6.1.3 Especificar las expectativas que tienen los estudiantes universitarios de otras ciudades al momento de elegir estudiar en la ciudad de Cartagena.

6.1.4 Determinar los precios del mercado en servicio de hospedaje en la ciudad de Cartagena.

6.1.5 Precisar los criterios que los clientes demandarían a la hora de adquirir nuestro servicio.

7 JUSTIFICACIÓN

Cartagena, Colombia suma a los encantos de su arquitectura colonial, republicana y moderna, los atractivos de una intensa vida nocturna, festivales culturales, paisajes exuberantes, magníficas playas, excelente oferta gastronómica y una importante infraestructura hotelera y turística. Es una ciudad fantástica que guarda los secretos de la historia en sus murallas y balcones, en sus construcciones y en sus angostos caminos de piedra.

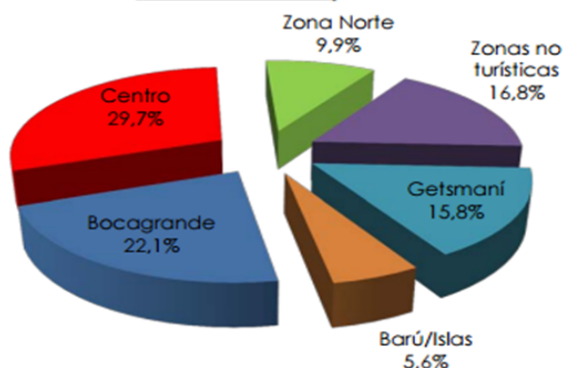
El hospedaje es un servicio que se ha venido brindando en la ciudad de Cartagena desde hace mucho tiempo desde turistas que buscan disminuir costos de estadía en la ciudad hasta estudiantes que vienen de otras ciudades por motivos de estudios; Como propósito tenemos, indagar en las fallas de este servicio que se viene brindando en la ciudad de Cartagena, para así optimizarlo y lograr satisfacer al cliente; Se conoce de información secundaria que actualmente no existe este tipo de servicio de hospedaje que se quiere brindar debido a que el servicio actualmente es ofrecido en casas familiares y en hoteles los cuales no cumplen con las expectativas de quienes lo contratan.

El servicio de alojamiento brindado en la ciudad para estudiantes universitarios no residentes, está totalmente dominado por las casa familiares, debido a que actualmente no existe una empresa legalmente conformada que brinde este tipo de servicio a este mercado; en las encuestas analizaremos las expectativas que tienen los clientes al momento de venir a la ciudad, por que eligen esos sitios, las inconformidades que tienen, y a partir de todo lo anterior observaremos si tiene viabilidad la creación del servicio en la ciudad.

El objetivo del proyecto son los estudiantes universitarios, pero debido a que las universidades finalizan su ciclo académico en finales de mayo principios de junio y los retoman en finales de julio principios de agosto, por tal razón los meses de junio y julio son meses de pocas ventas para este mercado, observando esta situación se optó por dar apertura también a los turistas que decidan contratar servicio de alojamiento mínimo de 4 semanas, para aprovechar que académicamente esos meses son de temporada baja, pero turísticamente son de temporada alta.

El proyecto tendría viabilidad en la ciudad de Cartagena ya que es una de los principales destinos en Colombia preferido por los turistas extranjeros y nacionales, con temporada alta a mitad de año y a finales de año, sabiendo la tasa de llegadas de extranjeros la ciudad hay que tener en cuenta que estas personas buscan un lugar confortable, económico, cómodo, lograremos impulsar el crecimiento turístico para la ciudad de Cartagena y sus alrededores.

Oferta alojamiento y hospedaje por participación de # establecimientos por zona



El Centro es la zona con mayor número de establecimientos de alojamiento y hospedaje: (30% del total) seguida por Bocagrande con 22% del total.

8 MARCO TEÓRICO

Un plan de negocios (también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada (CreceNegocios, 2016).¹

Cada plan de negocios es diferente porque tiene el toque personal del responsable de su elaboración y está diseñado a partir del tamaño y giro de cada empresa, lo que imposibilita establecer un formato idéntico para todos los casos, aunque puede afirmarse que la mayoría son similares. La veracidad de la información que se incluya en el plan de negocios es de vital importancia para su éxito (Gerencie.com, 2016).²

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.

¹ Crece Negocios. (2016). El plan de Negocios. 2016, de Crece Negocios Sitio web: <http://www.crecenegocios.com>

² Gerencie.com (2016) . Cómo elaborar un plan de negocios. Sitio Web: <http://www.gerencie.com/como-elaborar-un-plan-de-negocios.html>

- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.

Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.³

9 MARCO REFERENCIAL

9.1 DORMITORIOS ESTUDIANTILES EN LA UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA EN MÉXICO.

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla que brinda a sus estudiantes aparte del servicio de educación también les da la opción de dormitorios estudiantiles los cuales son adaptados para sus estudiantes, Las Residencias Universitarias proporcionan a los estudiantes servicios de hospedaje de calidad, en un ambiente que reúne todas las condiciones necesarias para la convivencia armónica, el desarrollo personal, la formación integral y el trabajo académico de excelencia.⁴

9.2 DORMITORIOS ESTUDIANTILES EN LA UNIVERSIDAD MONTEMORELOS EN MÉXICO

En la universidad de Montemorelos en México también tenemos dormitorios universitarios estos centros son más que meros dormitorios; se han establecido con el fin de que nuestros jóvenes encuentren una atmosfera semejante a la de un hogar, y disfruten de un ambiente donde desarrollar sus facultades físicas, mentales y espirituales. Además, las residencias estudiantiles son centros de educación formativa cuya misión primordial es proveer los medios propicios para el desarrollo de las virtudes cristianas. La educación formativa que se brinda apunta particularmente a la edificación del carácter y se cumple al transmitir los valores cristianos. Las residencias estudiantiles, pues, consisten en cuatro edificios que hospedan a más de 600

³ Gestipolis.com (2016) ¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?. Sitio Web:

<http://www.gestipolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

⁴ http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=365&Itemid=198

estudiantes, a quienes se ofrece seguridad, cercanía, tranquilidad, comodidad y camaradería, junto con diversos servicios, como internet, cuartos climatizados, sala de cultos y sala de estudios. Con el paso de los años la población estudiantil ha cambiado y actualmente la Universidad de Morelos sólo puede recibir en sus residencias a poco menos del 30% de los estudiantes matriculados. Por otro lado, las exigencias de los propios planes de estudio, los avances tecnológicos y los requerimientos en comodidad y servicios nos impulsan a modernizar nuestro concepto de residencias estudiantiles. Y que es un objetivo prioritario se refleja en el hecho de que se ha incorporado a los planes estratégicos de la institución la propuesta de expandir estas instalaciones estudiantiles, para satisfacer ampliamente las nuevas necesidades.

Con nuevo diseño, recientemente aplicado a las residencias estudiantiles, se aumentará la capacidad de los dormitorios 3 y 4, con 30 cuartos nuevos por edificio, lo que significa ampliar sus servicios para 240 estudiantes más. Además se modificarán las fachadas de los edificios para conseguir una apariencia más contemporánea. La Universidad de Morelos sigue ayudando anualmente a más de 2 mil estudiantes a lograr sus sueños y los de sus padres. Este es un gran lugar para estudiar y formarse. Tu aportación y participación hará posible seguir cristalizando esos sueños en un ambiente cristocéntrico.⁵

9.3 THE COLOMBIA HOUSE-BOGOTÁ

The Colombian house plantea la creación de un hotel especializado en el perfil de Estudiantes universitarios hospedaje conceptual que mezcla la calidez del hogar con la perspectiva de servicio e instalaciones de un hotel convencional y que busca ofrecer un novedoso servicio de hospitalidad y confort; y está ubicado en la ciudad de Bogotá cerca de la universidad javeriana.⁶

9.4 PARA ESTUDIANTES DE LA SABANA QUE BUSCAN UNA BUENA OPCIÓN PARA HOSPEDARSE.

El Programa Vivienda Sabana ofrece principalmente a los estudiantes de otras ciudades que han venido a la Universidad, una opción de vivienda durante su periodo académico,

⁵ Residencias estudiantiles Marzo (2016). Página web: <http://www.um.edu.mx/desarrollo/residencias-estudiantiles/>

⁶ Elaboración de un plan de negocio para la creación de THE COLOMBIAN HOUSE- Hotel universitario en la ciudad de Bogotá, Colombia.

donde pueden encontrar un sitio confiable, seguro y con las condiciones necesarias de alojamiento en la ciudad de Bogotá y el municipio de Chía.⁷

10 MARCO CONCEPTUAL

Hospedaje: El término hospedaje hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y no turísticas que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Bajo el mismo término también se puede designar al lugar específico de albergue, ya sea este una casa, un edificio, una cabaña o un departamento.

Ventaja competitiva: La ventaja competitiva consiste en una o más características de la empresa, que puede manifestarse de muy diversas formas. Una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales.; Esta particularidad ha de ser diferencial, es decir, ha de ser única. En el momento en que los competidores la posean deja de ser una ventaja. La ventaja competitiva otorga a la empresa una posición de monopolio parcial, en el sentido de que debe ser la única empresa que disponga de dicha propiedad. Además, la característica que constituya la base de la ventaja competitiva debe ser apreciada por los consumidores o clientes de la empresa. No se trata, únicamente de ser diferente, sino de ser mejor en un ámbito donde los clientes representan el papel de juez. Una ventaja no percibida o no valorada por los clientes no constituye realmente una ventaja.

Viabilidad: El análisis de la viabilidad es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos base de naturaleza empírica: medio ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis en viabilidad financiera y de mercado. Es por lo tanto un estudio dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de un proyecto.

Cliente: Persona natural o jurídica que recibe un servicio

Establecimiento de alojamiento y hospedaje: Conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento mediante el contrato de hospedaje.

⁷ <http://www.unisabana.edu.co/unidades/bienestar-universitario/vivienda-sabana/>

Planta: Sistema de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de un establecimiento de alojamiento y hospedaje.

Persona con discapacidad: Persona que tiene limitaciones o deficiencias en su actividad cotidiana y restricciones en la participación social, por causa de una condición de salud, o de barreras físicas, ambientales, culturales, sociales y del entorno cotidiano. [LEY 1145 de 2007, El Congreso de Colombia]

Plan de emergencia: Se entiende como el conjunto de medidas y procedimientos tendientes a salvaguardar la vida de las personas y bienes materiales de la empresa en caso de alguna eventualidad, (Sismo, inundación, ataque externo, incendio o explosión, entre otros) y minimizar todas las demás consecuencias directas e indirectas que pudieran derivarse de la eventualidad.

Primeros auxilios: Cuidados inmediatos y temporales, dados en el lugar, a las víctimas de un accidente o de enfermedades repentinas para prevenir complicaciones, disminuir el sufrimiento y hasta salvarle la vida mientras se consigue ayuda médica apropiada.⁸

Proyecto de grado: El Trabajo de Grado es un ejercicio de profundización -desarrollado por el estudiante de pregrado como requisito para optar al título profesional- que mediante la integración y aplicación teórica o teórico-práctica de conocimientos y habilidades o a través de la generación de nuevo conocimiento, busca fortalecer las distintas competencias adquiridas durante su proceso de formación y, así mismo, contribuir al análisis y solución creativa de una problemática relacionada con el objeto de estudio o campo de acción de su profesión.⁹

El estudio de mercado: generalmente se hace dentro de un esquema de investigación con algunas características, además se debe generar una información secundaria del análisis del sector, de la industria, algunas tendencias de información documentadas sobre el mercado que ya tenemos segmentado, pero siempre es importante tener algún tipo de información primaria, es decir la que el mismo emprendedor recolecta, y generalmente la información primaria está asociada a dos mecanismos de investigación: cualitativa y cuantitativa.¹⁰

Análisis de la competencia: se suele realizar solamente al momento de iniciar un nuevo negocio o incursionar en un nuevo mercado; sin embargo, en el mundo competitivo de

⁸ [Cruz Roja Colombiana. Manual de Primeros auxilios básicos. 2011]

⁹ <http://www.uao.edu.co/comunicacion-social/modalidad-proyecto-de-grado-comunicacion-publicitaria>

¹⁰ <http://www.gerencie.com/estructuracion-del-estudio-de-mercado.html>

hoy, en donde las empresas constantemente lanzan nuevos productos al mercado y en donde cada vez aparecen más empresas competidoras, el análisis de la competencia no debe ser una tarea que realicemos una sola vez y luego nos olvidemos de ello, sino una tarea que realicemos constantemente.¹¹

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valoración económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.¹²

11 MARCO LEGAL

¹¹ <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>

¹² <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

Para la creación legal del proyecto se requieren ciertos documentos y procedimientos los cuales son:

- Escritura pública de propiedad del inmueble y certificado de tradición y libertad
- Registro mercantil (NIT)
- RUT
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)
- Formulario de registro de sistema unificado de inspección, vigilancia y control.
- concepto sanitario en el IINVIMA
- Certificado de seguridad en el departamento de bomberos
- LEY 9 DE 1979

El Estado otorga incentivos para la inversión en Hotelería en Colombia uno de los factores que hace que Colombia sea un atractivo destino para la inversión en turismo son los incentivos que el Gobierno Nacional ofrece a los inversionistas del sector en cualquier lugar de Colombia: Exención del impuesto a la renta por un período de 30 años: La exención entra en vigencia a partir del inicio de la operación para servicios hoteleros prestados en hoteles nuevos o que se remodelen y/o amplíen desde el año 2003 hasta diciembre de 2017.

12 DISEÑO METODOLÓGICO

Aquí encontraremos los pasos para obtener la información para el desarrollo de los objetivos

12.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es tipo cuantitativa y cualitativa debido a que estaremos indagando información sobre expectativas criterios, y también observando el comportamiento del mercado, precios de referencia;

12.2 MERCADO OBJETIVO

Jóvenes no residentes los cuales vienen a la ciudad con motivos académicos y solicitan un hospedaje permanente; turistas que vienen a la ciudad a mitad de año y a fin de año, los cuales contratan una estadía permanente o semitemporal (mínimo 4 semanas).

12.3 CRITERIOS DE INCLUSIÓN:

- Turistas
- Estudiantes universitarios no residentes
- Estrato 3,4,5,6
- Hombre y mujeres mayores de edad.

12.4 MUESTRA DEL ESTUDIO

Debido a que el manejo de la información de los estudiantes en las universidades privadas es confidencial, no se pudo tener acceso a la cantidad exacta de estudiantes no residentes en la ciudad por universidad, por lo tanto se aplicó la fórmula para

población infinita $n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$ para hallar la muestra donde:

Z = 95%(1.96 según la tabla de gauss)

e =10%

p = 0.5 (cuando no se conoce la prevalencia)

q = 0.5

n = 96

12.5 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Pruebas piloto, datos secundarios, investigación directa con los clientes y empresas que brindan el servicio actualmente,

12.6 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La muestra fue dividida en las principales universidades de la ciudad y a algunos extranjeros que estaban en la ciudad alojándose por tiempo permanente o semipermanente.

13 RESULTADOS Y ANÁLISIS

13.1 ANALISIS DEL SECTOR

Cartagena de Indias es una de las diez ciudades coloniales más bonitas de las Américas, según un ranking publicado por el influyente diario español El País, en su sección especializada en turismo, El Viajero (Medina,2016).¹³

Llegadas de pasajeros totales (nacionales+internacionales) por aeropuerto en Colombia, 2012-2014

Aeropuerto	2012	2013	2014	% part 2013	% part 2014	% Var 2013/2012	% Var 2014/2013
1 Bogotá - El Dorado	11.257.149	12.505.133	13.721.518	46,4%	47,3%	11,1%	9,7%
2 Rionegro-Jose María Cordova	2.536.506	3.276.585	3.272.869	12,2%	11,3%	29,2%	-0,1%
3 Cali-Alfonso Bonilla Aragón	1.847.194	2.185.980	2.339.637	8,1%	8,1%	18,3%	7,0%
4 Cartagena-Rafael Núñez	1.414.828	1.676.111	1.700.378	6,2%	5,9%	18,5%	1,4%
5 Barranquilla-E. Cortissoz	959.711	1.096.036	1.196.472	4,1%	4,1%	14,2%	9,2%
6 Bucaramanga-Palonegro	685.943	765.704	855.788	2,8%	2,9%	11,6%	11,8%
7 San Andrés-Gustavo Rojas Pinilla	636.888	692.875	749.927	2,6%	2,6%	8,8%	8,2%
8 Pereira-Matecañas	491.715	587.437	686.307	2,2%	2,4%	19,5%	16,8%
9 Santa Marta-Simón Bolívar	505.967	631.133	607.644	2,3%	2,1%	24,7%	-3,7%
10 Cúcuta - Camilo Daza	449.497	438.169	494.485	1,6%	1,7%	-2,5%	12,9%
11 Medellín-Olaya Herrera	464.265	485.105	500.452	1,8%	1,7%	4,5%	3,2%
12 Montería - Los Garzones	280.956	358.025	398.753	1,3%	1,4%	27,4%	11,4%
Resto	2.396.398	2.603.020	2.885.941	9,7%	9,9%	8,6%	10,9%
Total	23.646.061	26.943.288	29.011.418	100%	100%	13,9%	7,7%

14

Según cifras de Aero civil, en 2014, el aeropuerto Rafael Núñez de Cartagena tiene un gran flujo de pasajeros, nacionales e internacionales en Colombia con 5,9% de participación; El turismo extranjero en Cartagena ha crecido a una tasa promedio anual de 12,7% en los tres últimos años cuatro puntos porcentuales por encima de la tasa de crecimiento promedio anual del turismo extranjero en todo Colombia que ha sido de 8,4%.¹⁵

13.1.1 Hospedaje y alojamiento

A inicios de 2014 Cartagena contaba con 303 establecimientos de alojamiento y hospedaje formales, según el Registro Nacional de Turismo, con una oferta de 10.366 habitaciones y alrededor de 18.500 camas.

¹³ Miguel Ángel Medina. (2016). Las 10 ciudades coloniales más bonitas de América. El País, http://elviajero.elpais.com/elviajero/2016/04/01/album/1459520396_878675.html#1459520396_878675_145952267

¹⁴ Corpoturismo (2015). Indicadores Turísticos a diciembre de 2014. Aerocivil Corpoturismo. [Mapa].

¹⁵ Corpoturismo (2015). Indicadores Turísticos a diciembre de 2014. Aerocivil Corpoturismo.

Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje por zona*

Zona	Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	Habitaciones	% part
Bocagrande	67	4.030	38,9%
Centro	90	1.622	15,6%
Zona Norte	30	1.920	18,5%
Zonas no turísticas	51	1.431	13,8%
Getsmaní	48	792	7,6%
Barú/Islas	17	571	5,5%
Total	303	10.366	100%

16

Aparte del turismo en la ciudad de Cartagena, las personas también llegan por motivos de **educación superior**, ya que aquí contamos con una gran cantidad de universidades reconocidas, con las que no contamos ciudades cercanas; Esto es importante ya que la mayoría de estas personas requerirían un alojamiento permanente, el cual con nuestro Servicio Especializado se suplirá dicha demanda.

- Universidad de Cartagena, Institución Pública del Orden Departamental
- Fundación Tecnológica Antonio de Arévalo, Institución Privada
- Colegio Mayor de Bolívar, Institución Pública del Orden Departamental
- Fundación universitaria Tecnológico Comfenalco Cartagena.
- Corporación Universitaria Regional del Caribe IAFIC
- Corporación Universitaria Rafael Núñez, Institución privada.
- Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar. Institución Pública del Orden Departamental
- Universidad del Sinú. Institución privada
- Fundación Universitaria Los Libertadores. Institución privada
- Universidad Libre. Institución privada
- Escuela Naval de Cadetes Almirante Padilla. Institución Pública.
- Universidad Tecnológica de Bolívar. Institución privada
- Universidad de San Buenaventura. Institución Privada
- Institución Universitaria Colombo Internacional Institución Privada
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) Institución Privada.
- Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA

¹⁶ RUE (2015). Oferta de Establecimientos de Alojamientos y Hospedaje por zona. [Mapa]. Sitio Web: mnt.rue.com.co/

13.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

13.2.1 Competencia directa

Existen en la ciudad de Cartagena muchas empresas que ofrecen diferentes tipos de estadía, hostales en el centro amurallado, hoteles en boca grande, hoteles en Getsemaní, hoteles en la avenida Pedro Heredia cerca de la bomba el Amparo, aparta-estudios en el barrio Country, casas de pensionados en el barrio Piedra Bolívar, casas de pensionados en el centro, casas de pensionados en la Concepción, casa de pensionados en el Recreo, casas de pensionados en el Rodeo, entre otros no tan reconocidos

13.2.2 Competencia indirecta:

UBICACIÓN	PRECIO	QUE INCLUYE
<i>LA PRINCESA</i>	\$450.000	N/A
<i>LA PRINCESA</i>	\$530.000	ALIMENTACION COMPLETA, ASEO
<i>SIMON BOLIVAR</i>	\$400.000	CENA, ABANICO
<i>RODEO</i>	\$600.000	TODOS LOS REQUERIMIENTOS
<i>RODEO</i>	\$430.000	SOLO LA HABITACION
<i>CONCEPCION</i>	\$750.000	BAÑO, ALIMENTACION COMPLETA, AIRE ACONDICIONADO
<i>CONCEPCION</i>	\$620.000	ALIMENTACION COMPLETA, ASEO 2 VECES POR SEMANA
<i>ALM. COLON</i>	\$550.000	SOLO CENA
<i>ALM. COLON</i>	\$450.000	VENTILADOR
<i>AMBERES</i>	\$500.000	ALIMENTACION COMPLETA Y ASEO
<i>B. ESPAÑA</i>	\$600.000	ALIMENTACION COMPLETA
<i>B. ESPAÑA</i>	\$550.000	DESAYUNO Y CENA

Desde el punto legal se podrían considerar indirectas las casas familiares que son focos y están posicionadas cerca de las principales universidades, estas casas familiares brindan estadía, estas están ubicadas en los barrios: country, almirante colon, castellana, gaviotas, almendros, blazdeleso, piedra bolívar, corales, Santillana, el rodeo, la concepción, la princesa, ternera, entre otros.¹⁷

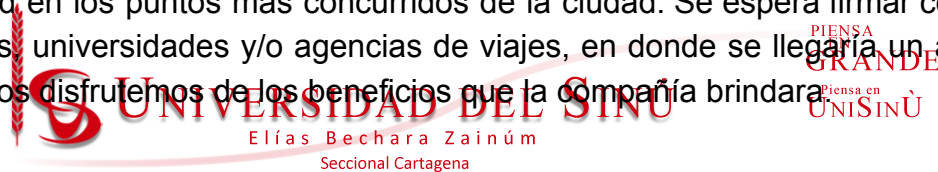
¹⁷ <http://www.compartoapto.com/bolivar/en-arriendo-cartagena/anuncios/>

13.2.3 Descripción del producto

El servicio de hospedaje especializado en la ciudad de Cartagena busca darle ese intangible que los demás servicios no le brindan al usuario, pensando principalmente en el cliente, modernizando el tipo de estadía y dándole seguridad al usuario que viene por motivos académicos, en busca de oportunidades laborales y/o conocer la magnífica ciudad.

13.2.4 Método de Promoción

Dado a la interacción diaria que tenemos con la tecnología, nuestros principales puertos de promoción serán las redes sociales; también centros comerciales, panfletos de publicidad en los puntos más concurridos de la ciudad. Se espera firmar convenios con empresas, universidades y/o agencias de viajes, en donde se llegaría un acuerdo para que ambos disfrutemos de los beneficios que la compañía brindara.



13.2.5 Determinación del Precio

El precio adecuado que arrojaron las encuestas fue entre \$500.000y \$650.000, ese rango se encuentra el precio del mercado.

13.2.6 Distribución de la Plaza

Como bien ya fue mencionado anteriormente la ciudad de Cartagena es muy demandada para educación superior, turismo y empleo, por lo tanto tiene muchos puntos centrales, de antemano se tiene pensado un barrio de la ciudad que el equipo de investigación considera clave, debido a su cercanía con:

- Centros comerciales
- Clínicas
- CAI (comando de acción inmediata)

- Restaurantes
- Principales avenidas
- Estaciones de Transcaribe
- Lugares de entretenimiento nocturno
- Almacenes comerciales de vital uso cotidiano.

13.3 ESTUDIO TÉCNICO

El edificio cuenta con 6 pisos 5 pisos de operación en los cuales se encuentran 4 habitaciones individuales y 1 compartida por piso con baño integrado cada una; la habitación individual tiene un precio de \$940.000 y la compartida tiene un precio por persona de \$785.000

13.3.1 Medidas de la habitación:

A continuación las medidas de ancho y largo de la habitación, se puede observar el diseño en anexo n°3

3,5Metros largo

3,0 Metros anchos

13.3.2 Descripción de la habitación:

- Cama sencilla
- Aire acondicionado Mini Split
- Televisor 40 pulgadas
- Ropero
- Espejo-tocador
- Caneca
- Mesa de noche

13.3.3 Suministro de proveedores:

Los principales proveedores de la compañía son empresas suministradoras personal de aseo y cafetería.

Induaseo: Somos una empresa que cuenta con más de 50 años de experiencia y que se ha especializado en la prestación de servicios integrales de aseo y cafetería,

Vimarco: prestadora de servicios de seguridad privada

13.3.4 Ubicación:

Estará ubicado inicialmente en el Barrio Chipre siendo un punto estratégico, debido a que es una zona segura y su terreno es apto para edificaciones, también es importante resaltar que está ubicado en una avenida principal lo cual facilita el acceso a cualquier parte de la ciudad (universidades, zonas de interés, terminales, centro histórico, playas, empresas, etc.), también cuenta con dos estaciones del Servicio de Transporte Masivo Transcribe lo que facilitara la movilidad de los huéspedes.

13.4 VISIÓN

Consolidarnos como el mejor hospedaje permanente en la ciudad de Cartagena, junto con esto llegar a expandir nuestros servicios a las ciudades aledañas logrando así para el 2020 posicionarnos como la primera opción al momento de elegir este tipo de servicio por nuestra competitividad, calidad y eficiencia.

13.5 MISIÓN

Brindar servicio innovador con alta calidad, creando ambientes agradables a los visitantes provenientes de las diferentes esferas geográficas del país y del exterior, logrando satisfacer sus necesidades a acordes con las expectativas y ofrecerles lo mejor del servicio.

13.6 ANALISIS DE LAS ENCUESTAS

La realización de las encuestas para el desarrollo de los objetivos arrojó los siguientes datos, los cuales se pueden corroborar en el anexo de la tabulación o en anexo n°2

Pregunta N°1

Del cien por ciento de los encuestados respondieron a esta pregunta de la siguiente forma un 38% consideran que el servicio que se presta en los diferentes sitios de hospedaje es regular, mientras que un 37% dieron una calificación a estos servicios como bueno, por lo que se puede concluir que Actualmente en la ciudad los servicios por este concepto no es el mejor, pero a la vez no es malo por lo que es un motivo más para seguir adelante con este proyecto, porque todos estos aspectos se pueden mejorar ostensiblemente.



Pregunta N°2

Se descubrió que la mayoría de las personas que adquieren el servicio de alojamiento permanente o semipermanente son los estudiantes universitarios con un representativo 45%.

Pregunta N°3

Estos fueron los patrones que se mencionaron y repitieron en la investigación referente a los aspectos negativos, siendo la ubicación 22%, la incomodidad 17% y la inseguridad 10% los que tuvieron mayor participación, de paso nos demuestra las fallas que actualmente tiene el servicio, las cuales pueden optimizarse o eliminarse para mejorar el servicio en la ciudad con el presente proyecto.

Pregunta N°4

La comodidad liderada con un 39% es el mayor criterio que tienen los encuestados al momento de elegir la pensión; El ambiente familiar 2% esta caducado, los encuestados demostraron poco interés al esperar un ambiente familiar en su alojamiento.

Pregunta N°5

El precio mayormente aceptado es de 500.000 a 650.000 con un porcentaje de 43% los resultados dan orientación al precio que se debe determinar en ese rango, cabe agregar que en ese rango también se encuentra el precio del mercado que actualmente se maneja, sin embargo se puede ofrecer más por más.

Pregunta N°6

El 54% no están conformes con el servicio prestado actualmente en la ciudad.

Pregunta N°7

En cuanto a las expectativas y preferencias el mayor porcentaje fue 40% lavado y planchado, seguido por un 20 % la alimentación.

Pregunta N°8

El 76% de los encuestas les imponen o han puesto restricciones en el lugar de alojamiento

Pregunta N°9

Las restricciones horarias lideradas con un 32% se refieren a los horarios de ingreso y salida de los inquilinos pues esta mayormente condicionado, seguido con 22% restricciones de visitas de ningún tipo, luego un 20% las restricciones alimenticias, puesto que no dan opciones a elegir la alimentación, por lo tanto estas 3 mencionadas anteriormente son las mayores restricciones impuestas por los sitios de hospedaje en la ciudad.

Pregunta N°10

Un 48% del tal de los encuestados respondieron que no es tan difícil encontrar, lo que sí es difícil es encontrar el ideal, teniendo en cuenta las anteriores preguntas y sus respectivas respuestas, se deduce que los servicios de estos negocios no son los

mejores y necesitan mejorarlo, lo cual brinda una gran oportunidad para crear negocios de este género.

13.7 ANALISIS FINANCIERO:

Para la puesta en marcha del proyecto se determinan los siguientes costos:

INVERSION EN ACTIVOS

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
AMOBILIAMIENTO DE HABITACION			
cama semidoble	25	\$410.000	\$ 10.250.000
aire acondicionado 9000btu lg	25	\$664.930	\$ 16.623.250
escritorio	25	\$280.000	\$ 7.000.000
closet	25	\$210.000	\$ 5.250.000
caneca para habitacion	25	\$39.900	\$ 997.500
silla oficina	25	\$69.900	\$ 1.747.500
Ganchos de ropa(docena)	25	\$16.900	\$ 422.500
cortina y soportes	25	\$42.000	\$ 1.050.000
Televisor, 30 pulgadas	25	\$800.000	\$ 20.000.000
			\$ 63.340.750
O TROS			
caneca para baños	25	\$24.900	\$ 622.500
separador vidrio templado(baño)	25	\$250.000	\$ 6.250.000
caneca para basura grande	5	\$33.900	\$ 169.500
juego de vajilla (4u)	10	\$79.900	\$ 799.000
vasos x3	15	\$22.900	\$ 343.500
delantal	6	\$8.000	\$ 48.000
juego de cuchillos x3	10	\$99.900	\$ 999.000
juego de ollasx3	5	\$180.000	\$ 900.000
dispensador de agua	2	\$500.000	\$ 1.000.000
cafetera	2	\$105.000	\$ 210.000
nevera industrial	1	\$1.500.000	\$ 1.500.000
archivador	3	\$149.900	\$ 449.700
mesa para zona social	7	\$67.900	\$ 475.300
sillas para zona social	30	\$20.900	\$ 627.000
asador	2	\$154.000	\$ 308.000
mazetas con palmeras	4	\$173.000	\$ 692.000
lavadora grande	4	\$1.339.000	\$5.356.000
			\$ 20.749.500
Total inversion activos			\$ 84.090.250
GASTOS DE INICIACION			
compra de edificio			\$ 570.000.000
ADECUACIONES			
instalaciones electricas	1	\$3.000.000	\$ 3.000.000
estucado	1	\$3.700.000	\$ 3.700.000
pintura general(fachasa e interiores)	1	\$2.600.000	\$ 2.600.000
impemeabilizacion de techos y villa canal	1	\$1.200.000	\$ 1.200.000
instalacion de Aires Acondicionados	25	\$180.000	\$ 4.500.000
Adecuaciones varias habitaciones	25	\$800.000	\$ 20.000.000
Adecuaciones de zona social	1	\$400.000	\$ 400.000
Adecuaciones de cafeteria	1	\$4.500.000	\$ 4.500.000
			\$ 39.900.000
AIU	10%		\$3.990.000
			\$ 43.890.000
Total			\$ 613.890.000
INVERSION TOTAL			\$ 697.980.250

13.7.1 Inversión total

Inversión inicial	\$700.000.000
--------------------------	---------------

El balance general proyectado muestra las variaciones absolutas y relativas del servicio de hospedaje especializado.

Tomando los rubros del anterior balance general proyectado, se observa que el total de pasivos y patrimonio de la empresa entre los años 1 y 2, decreció aproximadamente un 1.03%.

El aumento entre los años 2 y 3 sería de, aproximadamente un 15.3%.

El aumento aproximado entre los años 3 y 4 sería de un 27.5%.

Entre los años 4 y 5 habría un aumento aproximado de un 38.5%.

***NOTA: las habitaciones se dividirán de la siguiente manera.**

20 habitaciones individuales con un valor de \$940.000 mensual

5 habitaciones compartidas (2 personas) con un valor de \$785.000

13.7.2 Ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ingresos	753.000.000	978.900.001	1.272.570.002	1.654.341.004	2.150.643.306
Costos variables	308.730.000	399.090.000	516.558.001	669.266.402	867.787.323
Costos fijos sin depreciación	141.139.861	148.196.854	154.865.712	161.060.341	167.502.754
Depreciación	16.818.050	16.818.050	16.818.050	16.818.050	16.818.050
UTILIDAD BRUTA	286.312.089	414.795.097	584.328.239	807.196.212	1.098.535.180
Gastos de admón. Y ventas	74.400.000	77.748.000	80.857.920	84.092.237	84.092.237
Amortización de diferidos	122.778.000	122.778.000	122.778.000	122.778.000	122.778.000
UTILIDAD OPERATIVA	89.134.089	214.269.097	380.692.319	600.325.975	891.664.943
Gastos financieros	105.000.000	105.000.000	84.000.000	63.000.000	42.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(15.865.911)	109.269.097	296.692.319	537.325.975	849.664.943
Provisión impuestos	(5.553.069)	38.244.184	103.842.312	188.064.091	297.382.730
UTILIDAD NETA	(10.312.842)	71.024.913	192.850.008	349.261.884	552.282.213
% MARGEN NETO		7,26%	15,15%	21,11%	25,68%

13.7.3 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

costo variable	41,00%
----------------	--------

margen de contribución	59,00%
------------------------	--------

Calculo del P.E.

Costos Variables

Costo de venta	41,00%
Comisiones	0,00%
Total Costo Variable	41,00%
Margen de Contribución	59,00%

Punto de equilibrio en \$	\$ 19.870.017
Punto de Equilibrio en unidades	1

Realizados los cálculos entre los costos variables y el margen de contribución, el punto de equilibrio mínimo en pesos es de \$19.870.017 y en unidades es de 1. Lo cual lleva a la conclusión de que, con el resultado mínimo arrojado por el punto de equilibrio, la empresa alcanzaría a cubrir sus gastos.

13.7.4 Flujo monetario

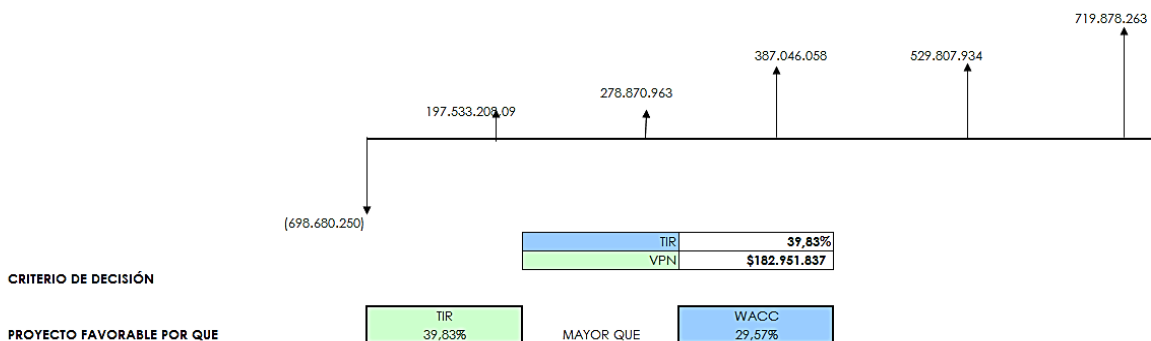
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(698.680.250)	197.533.208	278.870.963	387.046.058	529.807.934	719.878.263

Con el flujo de caja anterior, se pueden ver los ingresos netos año tras año (de 1 a 5 años)

- Año 1: \$197.533.208
- Año 2: \$278.870.963
- Año 3: \$387.046.058
- Año 4: \$529.807.934
- Año 5: \$ 719.878.263

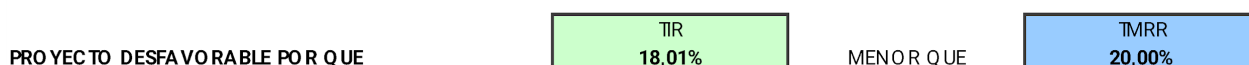
Partiendo de que la inversión inicial sería de \$700.000.000, según el flujo de caja de la empresa, el dinero invertido se recuperaría en el año 5.

DIAGRAMA DE FLUJO DE CAJA



13.7.5 Rentabilidad

CRITERIO DE DECISIÓN



Nota: observar más detalles en anexo 5

13.8 CONCLUSIONES

- ✓ Con el estudio de mercado se halló que en la ciudad el servicio actualmente en se presta de manera informal.
- ✓ Con las encuestas se obtuvieron lo que opinan las personas que contratan el servicio y el tipo de fallas que tienen hoy los establecimientos.
- ✓ El proyecto es factible pero a largo plazo debido a que es una inversión alta
- ✓ la ciudad de Cartagena debe mejorar la prestación del servicio de alojamiento, no solo el que actualmente se brinda en el centro histórico, como se observó anteriormente, las zonas no turísticas también tienen un alto grado de participación en el servicio; Estas zonas no turísticas son de gran movimiento, universidades empresas, centros comerciales, entre otros; estas zonas son un mercado potencial, las construcciones salen a la mitad de lo que cuesta construir en el centro, están en las principales avenidas; el proyecto recomienda el barrio

Chipre por ser realmente un lugar estratégico, a su fácil conexión con las vías principales y su cercanía con sitios usualmente concurridos por las personas (bancos, cines, centros comerciales, gym etc.)

- ✓ Semestralmente llegan a la ciudad de Cartagena estudiantes nuevos no residentes en las principales universidades de la ciudad y con la subida del dólar el turismo en la costa está en su furor pues los extranjeros aprovechan para llegar a la ciudad y quedarse por un tiempo representativo.
- ✓ Realmente el servicio de hospedaje que se brinda es malo, costoso y con restricciones, como se vio anteriormente en las inconformidades y el tipo de restricciones que se imponen.
- ✓ Centrándonos en los estudiantes universitarios y el mercado informal de este tipo de servicio, como las casas familiares o los aptos para pensionados, que son muy comunes en la ciudad, donde realmente no se tiene en cuenta el servicio al cliente, ni lo que requiere tampoco; se halló de que son tantas las inconformidades que casi la mitad de los inquilinos al pasar uno o dos meses van en busca de otro lugar donde alojarse.
- ✓ El precio que arrojaron las encuestas fue entre \$500.000y \$650.000, ese rango se encuentra el precio del mercado. Pero teniendo en cuenta lo optimizado del servicio que propone el proyecto el costo aumente pero el beneficio es mayor y el borché de confianza con el cliente duradero.
- ✓ El proyecto propone una oportunidad de negocio, donde el servicio en Cartagena sea optimizado, generando competitividad, empleo, y transformando a la ciudad más atractiva.

14 RECOMENDACIONES

Es necesario una investigación más afondo para cuantificar en cifras concretas la cantidad de pensiones que dominan el mercado actualmente en la ciudad, puesto que se presta de manera informal, no hay datos en la web ni que en la cámara de comercio.

Analizar si hay otro punto estratégico en cuanto a la ubicación para la puesta en marcha del proyecto.

El servicio actualmente se presta en la ciudad de Bogotá y Medellín y unos cuantos puntos en Barranquilla, se pueden observar como estos están manejando el servicio y así tener idea de cómo podría desarrollarme más eficientemente el proyecto.

15 BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, Rafael E. El emprendedor de éxito. Tercera edición, México. Editorial Mc Graw Hill.
- González Salazar, Diana M. Plan de negocios para emprendedores al éxito. Primera edición, México. Editorial Mc Graw Hill.
- Ferrell O.C. y Geoffrey Hirt. "Introducción a los Negocios". Primera edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Hellriegel, Don y Johan W. Slocum. "Administración". Séptima edición, México. Editorial Thomson.
- Munch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. Sexta edición, México. Editorial Trillas.
- Olmos Arrayales, Jorge. "Tu potencial emprendedor". Primera edición. México. Editorial Pearson.
- Hernández, Sampieri Roberto, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio. (1996). "Metodología de la Investigación". México: Editorial McGraw Hill.
- <http://www.compartoapto.com/bolivar/en-arriendo-cartagena/anuncios/>
- http://elviajero.elpais.com/elviajero/2016/04/01/album/1459520396_878675.html#1459520396_878675_1459522671.
- RUE (2015). Oferta de Establecimientos de Alojamientos y Hospedaje por zona. [Mapa]. Sitio Web: rnt.rue.com.co/
- <http://www.crecenegocios.com>
- <http://www.gerencie.com/como-elaborar-un-plan-de-negocios.html>
- Elaboración de un plan de negocio para la creación de THE COLOMBIAN HOUSE- Hotel universitario en la ciudad de Bogotá, Colombia
- Kanawaty, George. (1998). "Introducción al Estudio del Trabajo". Edición Español. México: Editorial McGraw Hill.
- Cea d'Ancona Ángeles, Métodos y Técnicas de Investigación cuantitativa", Editorial Síntesis Madrid 1997
- <http://www.unisabana.edu.co/unidades/bienestar-universitario/vivienda-sabana/>
- Hernández, Fernández Baptista. "Metodología de la Investigación". McGraw Hill 1994. Colombia.
- Jauset Jordi. La Investigación de Audiencias en Televisión fundamentos estadísticos. Paidós 2000, España
- Padua J. "Técnicas de Investigación" FCE-Colegio de México 1982, México.
- Sabino, Carlos A. El Proceso de Investigación. Buenos Aires: Edit. Lumen.1996
- <http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

- http://www.upaep.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=365&Itemid=198
- <http://www.um.edu.mx/desarrollo/residencias-estudiantiles/>
- Salkind, Neil J. Métodos de Investigación. México: Prentice Hall. 1999.
- Taylor, S.J. y R. Bogdan. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós. 1987
- Visauta, B. “Análisis Estadístico”. Con SPSS para Windows McGraw Hill V- I y II 1998.

16 ANEXOS

16.1 ANEXO 1: ENCUESTA

Universidad del Sinú

Encuesta para la sustracción de información primaria para el desarrollo de la creación de un servicio de hospedajes especializado en la ciudad de Cartagena de indias.

1. Cómo considera usted el servicio de alojamiento que se le brindan actualmente en la ciudad de Cartagena
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Se le es indiferente

2. ¿Por qué motivo viene a la ciudad?
 - a) Académico
 - b) Laboral
 - c) Turístico
 - d) Personal

3. ¿Cuáles son los aspectos negativos que considera usted que tiene el hospedaje donde se encuentra o encontró alojado?

4. Dentro de la búsqueda de un lugar para alojarse usted prefiere (múltiple respuesta):
 - a) Precios bajos
 - b) Comodidad
 - c) Ubicación
 - d) Confort
 - e) Autonomía e independencia
 - f) Ambiente familiar
 - g) Otros. Cuál? _____

5. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de hospedaje al mes?
 - a) \$400.000-\$500.000
 - b) \$500.001-\$650.000
 - c) \$650.001-\$800.000
 - d) \$800.000 o mas
 - e)

6. ¿Está usted conforme con el monto pagado por el servicio prestado sus hospedajes anteriores y/o actual?

-Si - No

7. ¿Qué servicios adicionales tiene usted en cuenta al momento de elegir un hospedaje?

- a) Alimentación
- b) Lavado y planchado
- c) Wifi
- d) Áreas sociales
- e) Salas de estudio
- f) Otros. Cuál? _____

8. Le imponen a usted restricciones al momento de hospedarse

-Si -No

9. ¿Qué tipo de restricciones se le colocan al momento de elegir una pensión?

- a) Restricciones alimenticias
- b) Restricciones horarias
- c) Restricciones de uso de los espacios comunes
- d) Restricciones de visitas
- e) Restricciones al uso de los servicios público

10. Al llegar a la ciudad, que tan fácil le fue conseguir un lugar donde hospedarse?

- a) Muy fácil
- b) Intermedio
- c) Difícil

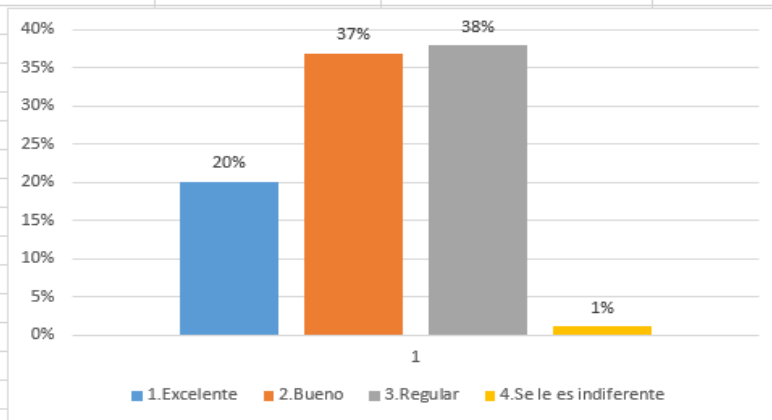
11. Califique su experiencia hospedándose en Cartagena

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala
- d) Deficiente

16.2 ANEXO 2: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS:

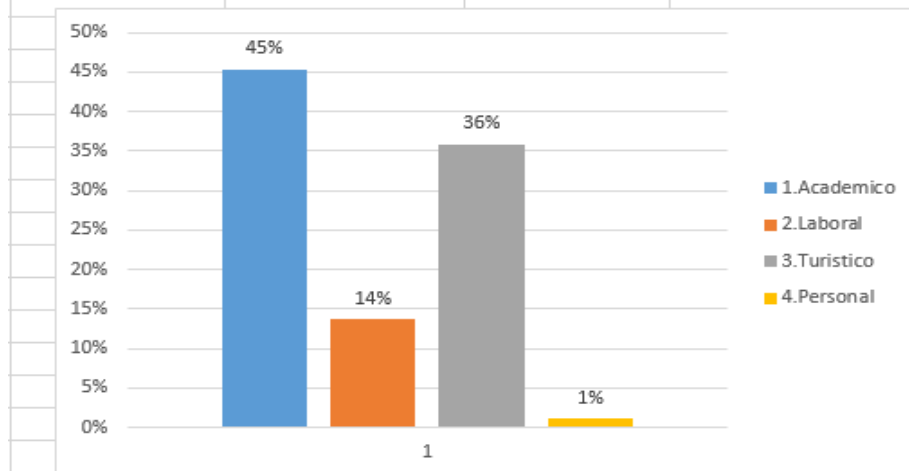
#1

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
1.Excelente	19	0,2	20%
2.Buena	35	0,368421053	37%
3.Regular	36	0,378947368	38%
4.Se le es indiferente	5	0,052631579	1%
TOTAL	95	1	96%



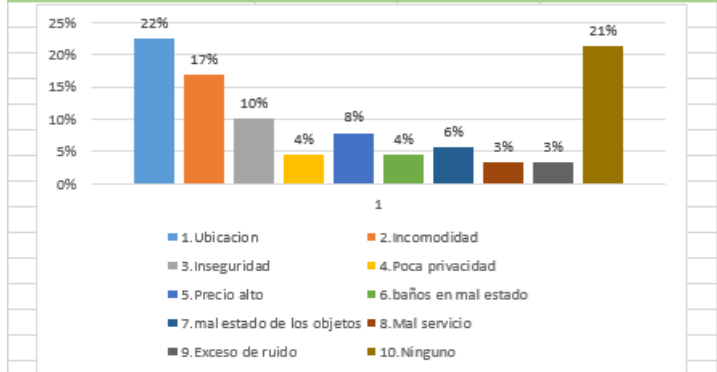
#2

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
1.Academico	43	0,452631579	45%
2.Laboral	13	0,136842105	14%
3.Turistico	34	0,357894737	36%
4.Personal	5	0,052631579	1%
TOTAL	95	1	96%



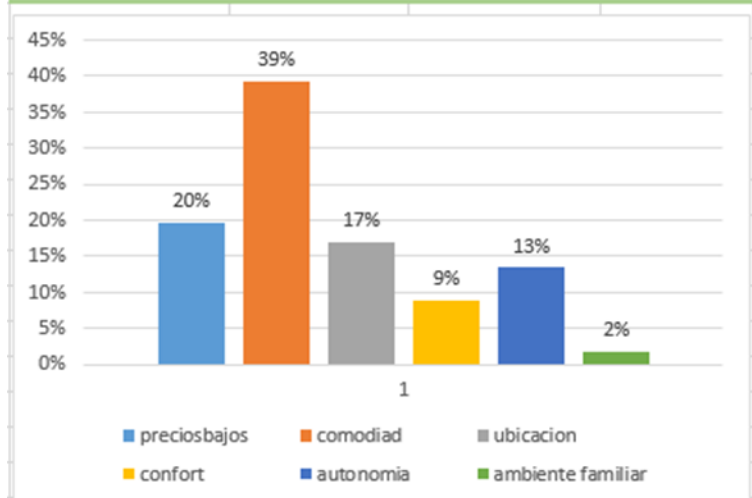
#3

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
1.Ubicacion	20	0,224719101	22%
2.Incomodidad	15	0,168539326	17%
3.Inseguridad	9	0,101123596	10%
4.Poca privacidad	4	0,04494382	4%
5.Precio alto	7	0,078651685	8%
6.baños en mal estado	4	0,04494382	4%
7.mal estado de los objetos	5	0,056179775	6%
8.Mal servicio	3	0,033707865	3%
9.Exceso de ruido	3	0,033707865	3%
10.Ninguno	19	0,213483146	21%
TOTAL	89	1	100%



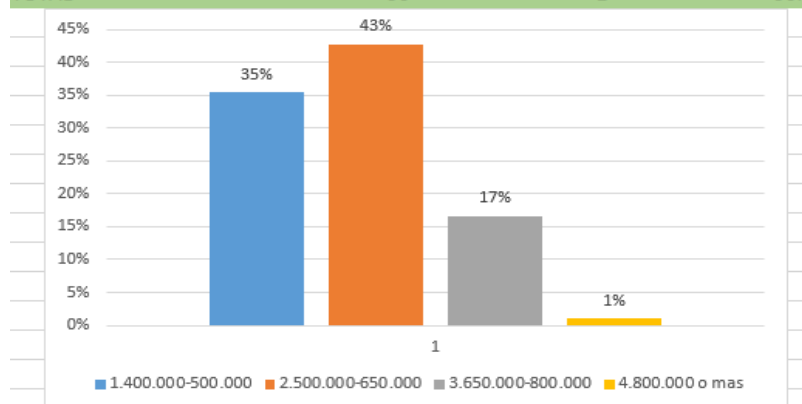
#4

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
preciosbajos	22	0,196428571	20%
comodiad	44	0,392857143	39%
ubicacion	19	0,169642857	17%
confort	10	0,089285714	9%
autonomia	15	0,133928571	13%
ambiente familiar	2	0,017857143	2%
TOTAL	112	1	100%



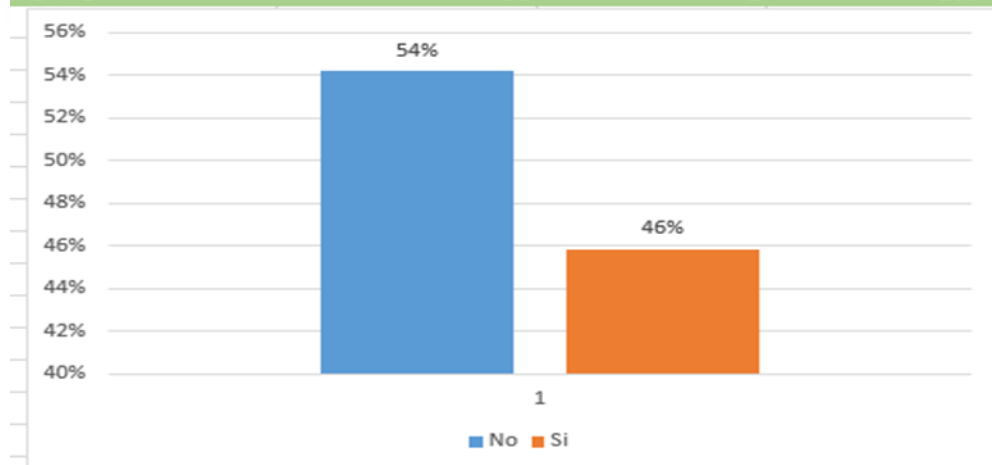
#5

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
1.400.000-500.000	34	0,354166667	35%
2.500.000-650.000	41	0,427083333	43%
3.650.000-800.000	16	0,166666667	17%
4.800.000 o mas	5	0,052083333	1%
TOTAL	96	1	96%



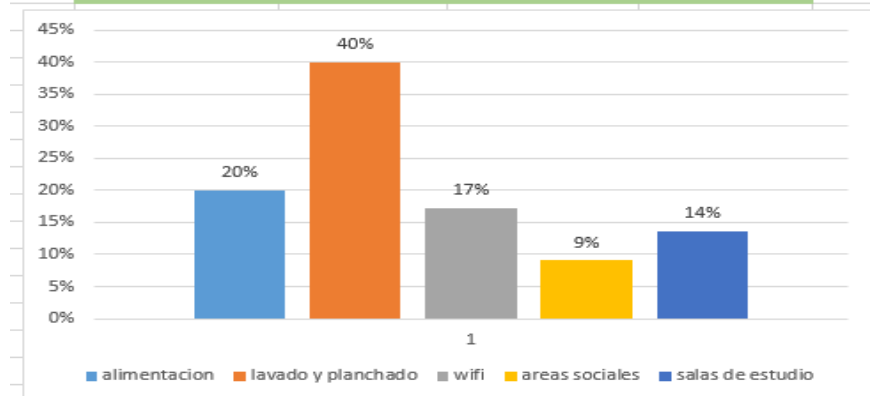
#6

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
No	52	0,541666667	54%
Si	44	0,458333333	46%
TOTAL	96	1	100%



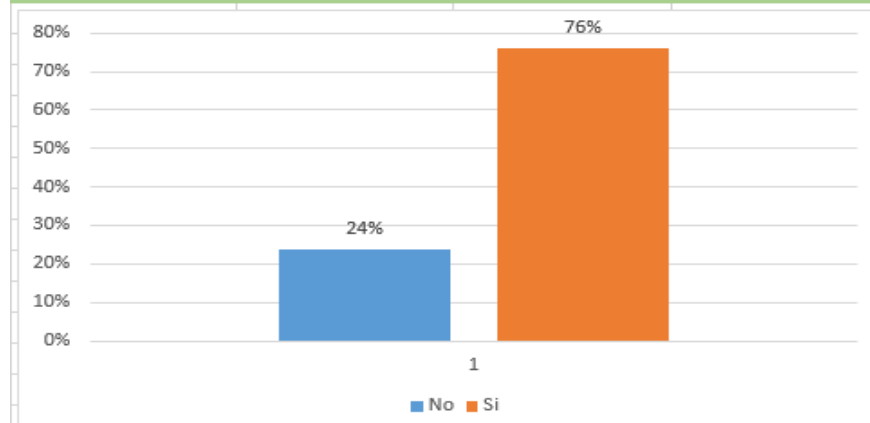
#7

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
alimentacion	40	0,2	20%
lavado y planchado	16	0,4	40%
wifi	25	0,172727273	17%
areas sociales	22	0,090909091	9%
salas de estudio	4	0,136363636	14%
TOTAL	110	1	100%



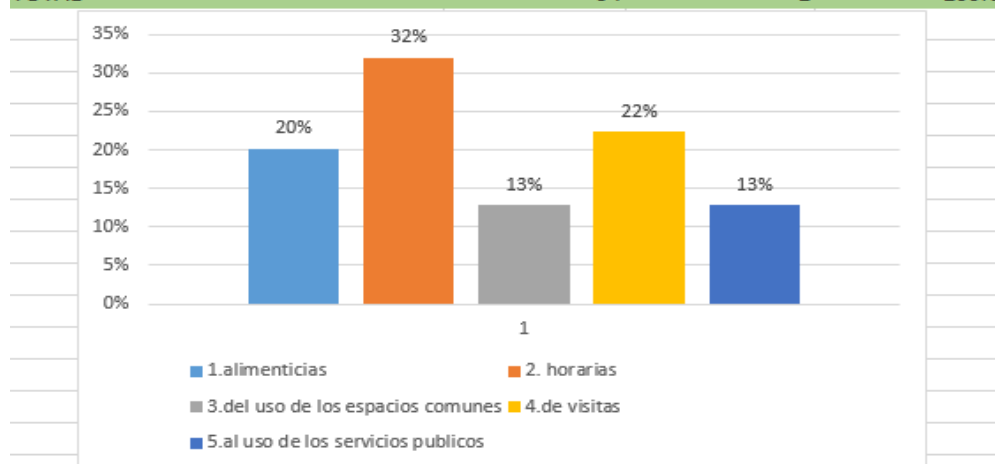
#8

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
No	23	0,239583333	24%
Si	73	0,760416667	76%
TOTAL	96	1	100%



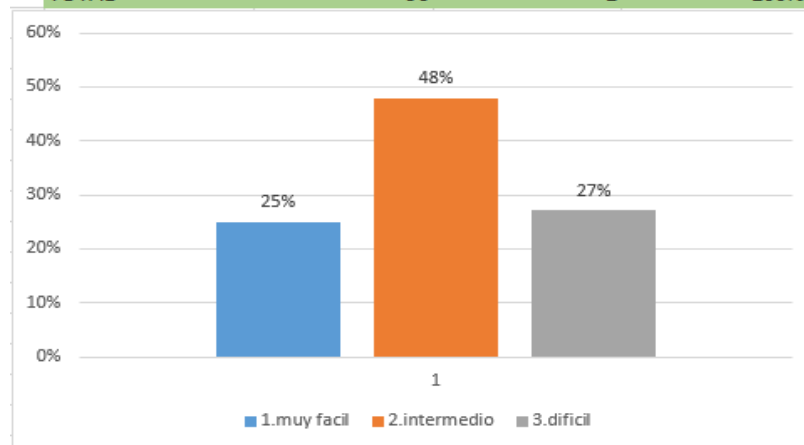
#9

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
1.alimenticias	19	0,20212766	20%
2. horarias	30	0,319148936	32%
3.del uso de los espacios comunes	12	0,127659574	13%
4.de visitas	21	0,223404255	22%
5.al uso de los servicios publicos	12	0,127659574	13%
TOTAL	94	1	100%

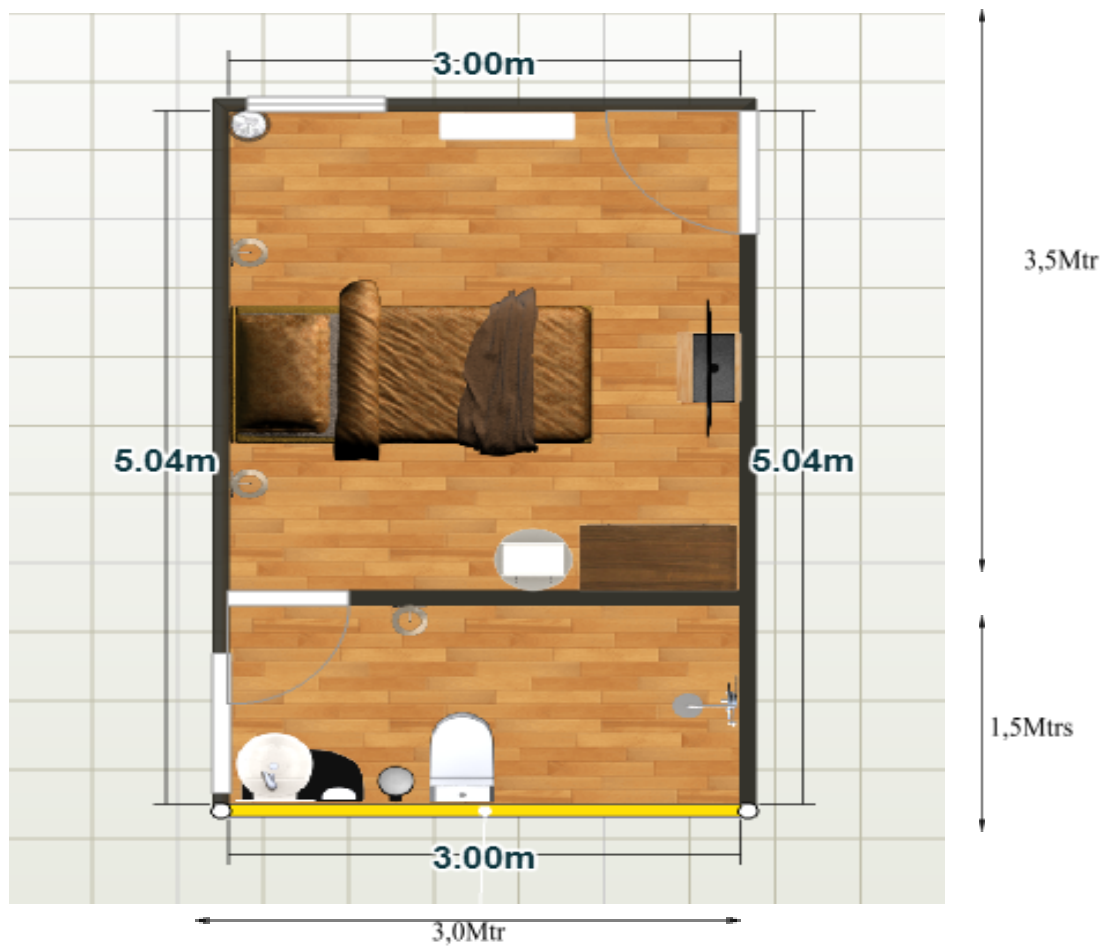


#10

N.o de respuesta	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Relativa %
1.muy facil	24	0,25	25%
2.intermedio	46	0,479166667	48%
3.dificil	26	0,270833333	27%
TOTAL	96	1	100%



16.3 ANEXO 3: MEDIDAS DE LA HABITACIÓN



16.4 ANEXO 4: EQUIPAMIENTO DE LA HABITACIÓN





16.5 ANEXO 5: ESTUDIO FINANCIERO

SERVICIO DE HOSPEDAJE ESPECIALIZADO
NOMINA DE EMPLEADOS

No	CARGO	SALARIO MENSUAL	DIAS TRAB.	DEBERGADOS			DEDUCCIONES				NETO A PAGAR	
				Salario Base	Aguinaldo	Total Debergado	Salud		Pensiones			Total Deduciones
							4%	Fondo	4%			
1	SEGURIDAD PRIVADA	\$ 700.000	30	\$ 700.000	\$ 74.000	\$ 774.000	\$ 28.000	Coomers	\$ 28.000	\$ 56.000	\$ 718.000	
2	SEGURIDAD PRIVADA	\$ 700.000	30	\$ 700.000	\$ 74.000	\$ 774.000	\$ 28.000	Coomers	\$ 28.000	\$ 56.000	\$ 718.000	
3	ADMINISTRADOR	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 74.000	\$ 1.274.000	\$ 48.000	Coomers	\$ 48.000	\$ 96.000	\$ 1.178.000	
4	CONTADOR	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 74.000	\$ 1.274.000	\$ 48.000	Coomers	\$ 48.000	\$ 96.000	\$ 1.178.000	
5	SERVICIO DE ASEO	\$ 700.000	30	\$ 700.000	\$ 74.000	\$ 774.000	\$ 28.000	Coomers	\$ 28.000	\$ 56.000	\$ 718.000	
6	SERVICIO DE ASEO	\$ 700.000	30	\$ 700.000	\$ 74.000	\$ 774.000	\$ 28.000	Coomers	\$ 28.000	\$ 56.000	\$ 718.000	
TOTAL ANUAL				\$ 3.800.000	\$ 236.000	\$ 4.036.000	\$ 152.000	\$ -	\$ 152.000	\$ 304.000	\$ 3.732.000	
TOTAL ANUAL				\$ 45.600.000	\$ 3.552.000	\$ 49.152.000	\$ 1.824.000	\$ -	\$ 1.824.000	\$ 3.648.000	\$ 45.504.000	

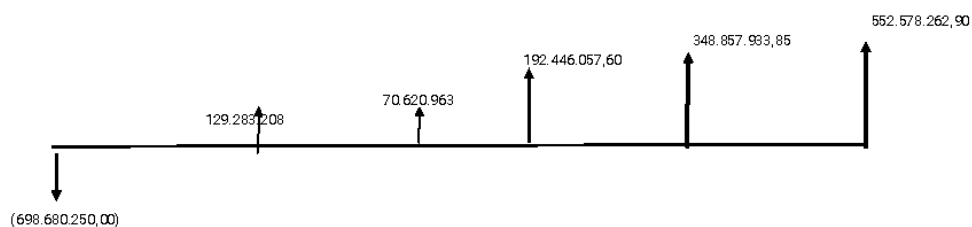
7. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA Y SU RENDIMIENTO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	753.000.000	978.900.001	1.272.570.002	1.654.341.004	2.150.643.306
Costos variables de producción	308.730.000	399.090.000	516.558.001	669.266.402	867.787.323
Costos fijos sin depreciación	141.139.861	148.196.854	154.865.712	161.060.341	167.502.754
Depreciación	16.818.050	16.818.050	16.818.050	16.818.050	16.818.050
UTILIDAD BRUTA	286.312.089	414.795.097	584.328.239	807.196.212	1.098.535.180
Gastos de admón. Y ventas	74.400.000	77.748.000	80.857.920	84.092.237	84.092.237
Amortización de diferidos	122.778.000	122.778.000	122.778.000	122.778.000	122.778.000
UTILIDAD OPERATIVA	89.134.089	214.269.097	380.692.319	600.325.975	849.664.943
Gastos financieros	105.000.000	105.000.000	84.000.000	63.000.000	42.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(15.865.911)	109.269.097	296.692.319	537.325.975	849.664.943
Provisión impuestos: 41%	(5.553.069)	38.244.184	103.842.312	188.064.091	297.382.730
UTILIDAD NETA	(10.312.842)	71.024.913	192.850.008	349.261.884	552.282.213
- Amortización de deuda	-	140.000.000	140.000.000	140.000.000	140.000.000
+ Depreciación	16.818.050	16.818.050	16.818.050	16.818.050	16.818.050
Amortización de diferidos	122.778.000	122.778.000	122.778.000	122.778.000	122.778.000
- Variación de capital de trabajo	-	-	-	-	-
+ Valor de liquidación capital de T	-	-	-	-	700.000
TOTAL FLUJO NETO INVERSIONISTA	129.283.208	70.620.963	192.446.058	348.857.934	552.578.263

FLUJO MONETARIO DEL INVERSIONISTA

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(698.680.250)	129.283.208	70.620.963	192.446.058	348.857.934	552.578.263

DIAGRAMA DE FLUJO DE CAJA



PUNTO DE EQUILIBRIO

C O S T O S F I J O S M E N S U A L E S	
sueldos	5.561.655
prestacionessociales	1.161.655
Serviciospublicos	3.720.000
Apoyopublicitario	800.000
Papeleria y utiles	130.000
comisionesporventas	0
internet	350.000
total	11.723.310

costo variable	41,00%
margin de contribucion	59,00%

Calculo del P.E.

Costos Variables

Costo de venta	41,00%
Comisiones	0,00%
Total Costo Variable	41,00%
Margin de Contribucion	59,00%
Punto de equilibrio en \$	\$ 19.870.017
Punto de Equilibrio en unidad	1

\$ 19.870.017

\$ 19.870.017