

*PROCEDENCIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EMPRESARIOS E
INTRAEMPRESARIOS DEL SECTOR HOTELERO DE SANTA MARTA*

ALFONSO MERCADO CALABRIA

WILLIAM MOZO GONZALEZ

*Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar el título de
Administrador de Empresas con Énfasis en Finanzas y Sistemas.*

Director

*AVIS MOLINA VILLEROS
Economista Especialista en Finanzas.*

*UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA D.T.C.H.*

2001

*PROCEDENCIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EMPRESARIOS E
INTRAEMPRESARIOS DEL SECTOR HOTELERO DE SANTA MARTA*

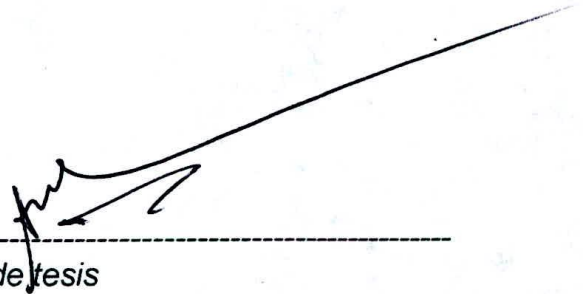
ALFONSO MERCADO CALABRIA

WILLIAM MOZO GONZALEZ

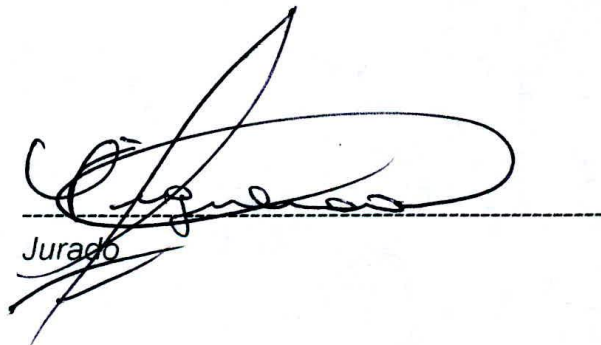
*UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA D.T.C.H.*

2001

Página de aceptación



Director de tesis



Jurado

Selva P. Fernández R.

Jurado

Santa Marta, diciembre de 2001

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus más sinceros agradecimientos a:

AVIS MOLINA VILLEROS, Economista, Especialista en Finanzas, docente de la Corporación Politécnica del Caribe, por su colaboración como director de la investigación.

LILIANA FERNÁNDEZ, Administradora Hotelera, docente del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) por sus valiosos aportes.

YADIRA FIGUEROA, Economista, Especialista en Finanzas, Catedrática en la Facultad de Economía de la Universidad del Magdalena.

FEDERICO FERNÁNDEZ, Licenciado en Matemáticas, Catedrático de la Universidad del Magdalena.

Al personal de la UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA.

Al personal del SECTOR HOTELERO DE SANTA MARTA.

DEDICATORIA

A DIOS.

A mis padres: AMANCIO Y OMAIRA.

**A mis hermanos: SILVANO, CLAUDIA, VIVIANA
Y DIEGO.**

A mis abuelos: OFELIA Y JOSEFA.

A todos mis familiares y amigos.

WILLIAN.

DEDICATORIA

A DIOS.

A mis padres: ROBERTO Y RITA.

A mi novia: TATIANA.

A mis hermanos: ROBERTO, UBALDO Y GARY.

**A mis sobrinos: RITA M ARIA, DALIANA, ROBERTO
JOSE Y JAVIER ALFONSO.**

A la memoria de: ALFONSO CALABRIA CUELLO

A mis abuelos: AMERICA, ANAIS Y SIMON.

A todos mis familiares y amigos.

ALFONSO.

LISTA DE CUADROS

	Pág.
<i>Cuadro 1. Distribución del empresariado hotelero de Santa Marta según el lugar de origen.</i>	58
<i>Cuadro 2. Distribución consolidada del empresariado hotelero de Santa Marta, según su procedencia</i>	59
<i>Cuadro 3. Distribución consolidada del intraempresario hotelero, según su procedencia.</i>	61
<i>Cuadro 4. Distribución de los intraempresarios según el lugar de origen.</i>	62
<i>Cuadro 5. Distribución de los intraempresarios según el nivel de capacitación</i>	64
<i>Cuadro 6. Distribución de los intraempresarios hoteleros según Su perfil profesional</i>	65

LISTA FIGURAS

	Pág.
<i>Figura 1 Distribución del empresariado hotelero de Santa Marta, según el lugar de origen.</i>	58
<i>Figura 2. Distribución consolidada del empresariado hotelero de Santa marta según su procedencia.</i>	59
<i>Figura 3. Distribución consolidada del intraempresario hotelero, según su procedencia.</i>	61
<i>Figura 4. Distribución de los intraempresarios según el lugar de origen.</i>	62
<i>Figura 5. Distribución de los intraempresarios según el nivel de capacitación</i>	64
<i>Figura 6. Distribución de los intraempresarios hoteleros según Su perfil profesional</i>	65.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. MARCO TEORICO CONCEPTUAL	24
1.1 EMPRESARIOS E INTRAEMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES	28
1.1.1 El empresario	29
1.1.2 El emprendedor	30
1.1.3 El intraempresario	30
1.2 EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	31
1.3 GENERALIDADES SOBRE EL DESARROLLO DEL EMPRESARIO COLOMBIANO	32
1.4 NACIMIENTO DE LA HOTELERIA COMO ACTIVIDAD ECONOMICA	34
1.5 LA HOTELERIA EN SANTA MARTA	34
1.5.1 Situación actual de la hotelería en Santa Marta	36

029673

	<i>Página</i>
2 DISEÑO METODOLOGICO SEGÚN LA NATURALEZA DE INVESTIGACION	37
2.1 SELECCIÓN Y MEDICION DE LA VARIABLES DE ANÁLISIS	37
2.2 DETERMINACION DEL UNIVERSO GEOGRAFICO Y TEMPORAL DEL ESTUDIO	37
2.3 FORMA DE OBSERVAR LA POBLACIÓN	38
2.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS A UTILIZAR PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN	38
2.4.1 Recolección de la información	39
2.4.2 Técnicas y procedimientos.	39
3. PROCEDENCIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EMPRESARIOS E INTRAEMPRESARIOS DEL SECTOR HOTELERO DE SANTA MARTA	41
3.1 EL SECTOR HOTELERO	41
3.2 ANTECEDENTES DE LA HOTELERIA EN COLOMBIA	42
3.3 PRINCIPALES ZONAS HOTELERAS	43
3.4 SITUACION ACTUAL DE LA HOTELERÍA	45
3.5 LA HOTELERIA EN SANTA MARTA	47

	Pág.
3.5.1 <i>Conformación del sector hotelero de Santa Marta</i>	51
3.5.1.1 <i>Estructura organizacional de las empresa hoteleras de Santa Marta</i>	52
3.5.1.2 <i>Portafolio de servicios</i>	55
3.5.1.3 <i>Capacidad y cobertura</i>	55
3.6. CARACTERIZACION DEL EMPRESARIADO HOTELERO	56
3.6.1 <i>Procedencia</i>	56
3.6.2 <i>Empresarios</i>	56
3.6.3 <i>Intraempresarios</i>	59
3.7 FORMACION PROFESIONAL DEL INTRAEMPRESARIADO	63
3.7.1 <i>Nivel de capacitación</i>	63
3.7.2 <i>Perfil profesional</i>	63
4. CONCLUSIONES	66
5. RECOMENDACIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXOS	71

INTRODUCCION

Santa Marta es por excelencia el emporio turístico colombiano más importante, por la amplitud y diversidad de sus playas y bellezas naturales.

Sin embargo, el sector hotelero, elemento fundamental en el ejercicio de la actividad turística, no ha tenido un gran desarrollo en comparación con Cartagena y otras ciudades e islas del Caribe. Es posible que el poco desarrollo del sector hotelero se atribuya a la falta de interés de los inversionistas nativos, los cuales no ven en la hotelería la oportunidad de invertir sus recursos.

Caso contrario, ocurre con los empresarios foráneos, quienes son el sostén del sector y han jalonado su poco desarrollo; no obstante, los capitales invertidos no han sido lo suficientemente representativos para generar el crecimiento deseado.

Por otra parte, el sector hotelero no debe ser solamente un área de interés para los empresarios, sino también para toda la población habitante de la ciudad, quienes tienen en la hotelería la oportunidad para lograr su desarrollo personal profesional. De allí que sea pertinente revisar la oferta de programas académicos, técnicos, tecnológicos y profesionales relacionados con el sector, porque se conoce que muchas personas nativas, que ocupan cargos de dirección en algunas empresas hoteleras, han sido formadas en instituciones de otras ciudades del país. A esto se suma la existencia de un grueso número de intraempresarios provenientes del interior del país, quienes han desplazado el recurso humano especializado de la ciudad ocasionando de paso un aumento en los niveles de desempleo y en la capacidad de ingreso de la población. Este fenómeno puede ser causado por la mayor preparación y experiencia del recurso humano foráneo comparado con el nativo, o por la existencia en su mayoría de inversionistas foráneos quienes probablemente prefieren traer los grupos de trabajo de su lugar de origen.

Con la presente investigación se pudo conocer la procedencia de las personas vinculadas al sector hotelero de la ciudad de Santa Marta, además, identificar el grado de formación profesional, factor clave en el éxito o fracaso de las empresas que operan en esta actividad.



El problema planteado fue: El sector hotelero es fundamental para el desarrollo del turismo en Santa Marta, por lo cual es importante conocer la procedencia o el lugar de origen de los inversionistas hoteleros vinculados actualmente a la ciudad, y el grado de formación profesional de los intraempresarios que desempeñan funciones de tipo directivo.

El conocimiento de la procedencia de los inversionistas, facilitará determinar quienes son los verdaderos dueños del sector hotelero, si son personas originarias de la ciudad o si los inversionistas proceden de otras regiones del país o del exterior. Esto dará pautas para establecer quienes son los impulsores del desarrollo del sector hotelero.

Es trascendental conocer el lugar de residencia de los inversionistas porque se supone que si tienen domicilio fuera de la ciudad, las utilidades son revertidas a esos sitios y en consecuencia, las ganancias no son reinvertidas en la ciudad en expansión de los hoteles ya establecidos o en la creación de otras empresas. Inclusive es posible que las utilidades generadas no sean utilizadas siquiera en el consumo de bienes y servicios, lo cual frena el desarrollo de la ciudad.

De igual manera, es fundamental identificar el grado de formación y perfil profesional que poseen los intraempresarios o administradores de los hoteles

establecidos en Santa Marta. Dicha identificación es crucial porque parece que las personas que desempeñan funciones administrativas, en su mayoría, no tienen la formación profesional en el campo, careciendo por lo tanto del perfil requerido para ejercer las funciones inherentes a un curso del nivel ejecutivo en una empresa hotelera. Pero no sólo es interesante establecer las interrelaciones anteriores, sino investigar el origen de los intraempresarios, porque según indican los sondeos iniciales, estas son oriundas de lugares distintos a Santa Marta, causando un desplazamiento del talento humano especializado nativo, con su consecuente aumento de los niveles de desempleo y en la baja de la capacidad de consumo de los samarios.

Antecedentes:- Según el " estudio de competitividad del sector turismo" realizado por el Ministerio de Desarrollo Económico, Santa Marta es el destino turístico colombiano que reúne menos empresarios nativos dueños de hoteles o de negocios relacionados con el turismo. Como una consecuencia lógica de la escasez de inversionistas se da la poca existencia de gerentes ejecutivos hoteleros oriundos de esta tierra.

Todas esta serie de situaciones puede tener su causa principal en la apatía que demuestra el samario hacia la actividad, y en especial la clase dirigente local,

puesto que son pocos los esfuerzos que se realizan para buscar un verdadero desarrollo del sector.

En el estudio " Proyecto de desarrollo turístico Santa Marta 2001 ", los autores concluyen que el bajo desarrollo del sector tiene su origen en el desorden que imperó en el nacimiento del Rodadero, en donde no hubo ninguna clase de planeación hacia el futuro, y las consecuencias las vivimos hoy en día, en donde existen muy pocos hoteles debidamente legalizados, dejando que los llamados parahoteleros se lleven una gran parte del mercado, sin que para ella exista ninguna clase de control por parte de las autoridades. Es posible que mediante una adecuada reglamentación y control de la actividad, haya un incremento en las utilidades de todo el gremio.

Otro punto digno de destacar es la poca oferta de formación profesional y capacitación que existe en la ciudad de Santa Marta, ya que se tiene conocimiento que sólo la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (C.U.N), ofrece dos programas a nivel técnico profesional relacionado con el área y hasta hace seis (6) meses la Universidad Cooperativa de Colombia,



sede Santa Marta, ofreció a nivel profesional el programa de Administración Hotelera, el cual desapareció debido a su poca demanda.

El estudio de competitividad del sector turismo también afirma "que los profesionales en turismo presentan carencias en lo que tienen que ver con la capacitación en Sistemas, Mercadeo y Finanzas, ramas que son de gran aplicabilidad en la hotelería y el turismo. Al punto que para los cargos ejecutivos sea preferible vincular un profesional por área específica y procurarle un entrenamiento interno en el hotel, antes que tomar un profesional graduado en turismo". Esto puede ser el reflejo de la poca oferta de profesionales del área y la baja calidad de las existentes.

En Santa Marta se han realizado estudios por parte de Cotelco, Cámara de Comercio y la Universidad del Magdalena referidos a la actividad hotelera y turística, pero ninguno de ellos ha abordado con profundidad el tema propuesto como investigación.

*La **Justificación e importancia** de esta investigación se ve reflejada en consideraciones como:*

- *Por ser Santa Marta una ciudad turística, posee ventajas comparativas sobre otras ciudades para lograr el desarrollo deseado.*
- *Dentro del sentido turístico de la ciudad de Santa Marta, la actividad hotelera juega un papel muy importante, por la cantidad de empleos que genera, además de los ingresos que le al proporciona el fisco local por medio de sus obligaciones en materia impositiva.*
- *Por medio de este estudio, fue posible identificar a los verdaderos dueños del sector hotelero, para determinar si su procedencia facilita la implementación de los planes de desarrollo por parte de la diligencia local, o por el contrario, dicho origen se convierte en un obstáculo para lograr las metas que se han propuesto con respecto a la actividad de turismo y la hotelería.*
- *Santa Marta posee treinta y ocho hoteles debidamente legalizados, con capacidad para atender ocho mil ciento noventa (8.190) personas simultáneamente, con un promedio de ocupación del 69% en las últimas temporadas, y es por esto que fue importante conocer si esto se refleja en el nivel de empleos que esta actividad genera para la población.*

habitante de la ciudad de Santa Marta, por lo menos en sus cargos de dirección.

- *Las instituciones universitarias pueden observar cual es el perfil que necesitan las empresas del sector hotelero y de esta manera tomar la decisión de ofrecer programas que vayan enfocados hacia esta actividad o en su defecto, puedan adecuar los programas ya existentes para afrontar las necesidades actuales.*

El objetivo general de esta investigación fue: Identificar la procedencia geográfica, el nivel, perfil y ocupación profesional de los empresarios e intraempresarios hoteleros vinculados a la ciudad de Santa Marta.

Los objetivos específicos desarrollados fueron:

- *Determinar el lugar de origen de los inversionistas y administradores vinculados al sector hotelero.*
- *Establecer el nivel, perfil y capacitación profesional de los intraempresarios del sector.*

La hipótesis formulada y su graficación:- Del contexto del problema "Procedencia y formación profesional de los empresarios e intraempresarios del sector hotelero de Santa Marta", se identifica el parámetro de interés (en este caso las variables a escoger deben ser la procedencia geográfica y la formación profesional), a partir de aquí se establece la hipótesis nula (H_0) donde:

$H_0 = \mu = \mu_0$, el cual es el dato asignado a la procedencia y formación profesional de los empresarios..

La hipótesis nula planteada fue: Se cree que la mayoría de los empresarios e intraempresarios del sector hotelero de Santa Marta son oriundos de esa ciudad y poseen información profesional en Administración Hotelera.

Se especifica la hipótesis alternativa (H_1) planteada:

➤ *Bilateral (dos colas)*

➤ *Unilateral (una cola)*



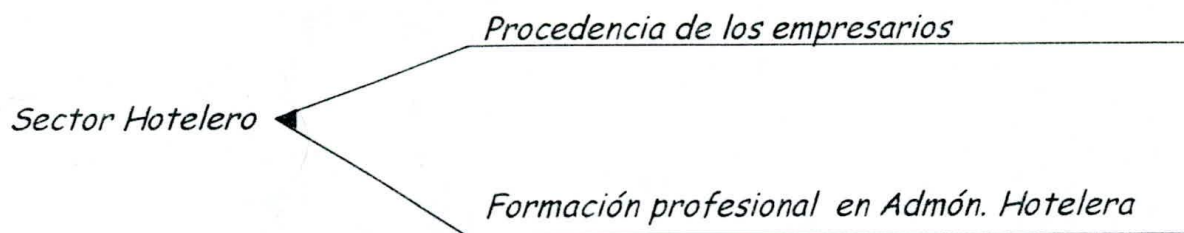
Esta hipótesis alternativa (H_1) se utiliza cuando es rechazada la hipótesis nula (H_0) es decir, que los resultados a obtener no van de acuerdo con la hipótesis nula y se establece una hipótesis de alternativa.

La **hipótesis alternativa** propuesta fue: Se cree que la mayoría de los empresarios e intraempresarios hoteleros de Santa Marta, proceden de otras regiones del país o del extranjero y no tienen una formación profesional en Administración Hotelera.

Graficación de la hipótesis:

VARIABLE DEPENDIENTE

VARIABLES INDEPENDIENTES



Las **limitaciones** presentadas en el transcurso de esta investigación :

- *El estudio fue muy específico, ya que todo se limitó al análisis del subsector hotelero, el cual a su vez, hace parte del sector servicios. Esto indica que los resultados de la investigación no pudieron ser aplicados en forma general a todo el empresariado de Santa Marta, ni siquiera a la actividad hotelera ilegal, ya que sólo se basó en la información proveniente de los establecimientos hoteleros debidamente legalizados de la ciudad de Santa Marta.*

- *No existe en Santa Marta suficiente material bibliográfico respecto al tema específico, debido a que no se ha realizado estudios similares ni por parte de los entes gubernamentales encargados del subsector hotelero, ni mucho menos por las instituciones universitarias que operan en la ciudad.*

- *Las técnicas escogidas para la recolección de la información pudieron presentar dificultades como: el ánimo de ocultar o tergiversar información por parte de las personas encuestadas debido al temor que podía generar si se creía que dicha información sería utilizada con el fin de descalificar o perjudicar a la empresa hotelera, a los directivos o incluso a los mismos inversionistas.*

- *La baja capacidad económica de los autores fue siempre una limitante latente, porque aunque se trató de gestionar ayuda económica y logística en diversas entidades, la respuesta fue siempre negativa, lo cual motivó que los costos generados en el desarrollo del estudio debieron ser sufragados, en su gran mayoría, por los autores.*

1. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

Si se pretende acercarse a una definición de la empresa hotelera, se puede descomponer dicha denominación en dos términos:

- ♦ **Empresa:**- " *Unidad económica, autónoma, organizada para combinar un conjunto de factores de producción con vista a la producción de bienes o prestación de servicios para el mercado.* " ¹

- ♦ **Hotelera:**- " *Todo lo relacionado con el conjunto de servicios cuya finalidad ofrecer cobijo y alimentos a cambio de remuneración.* " ²

Por lo tanto, una empresa hotelera es una unidad económica, autónoma, organizada para combinar un conjunto de factores con vista a la producción del servicio de hospedaje, alimento y otros complementarios, con la finalidad de satisfacer unas necesidades del mercado a cambio de una remuneración económica.

¹ Carlos, Ramírez Cardona. Fundamentos de Administración. Ed. Ecoe. Santa Fe de Bogotá, julio de 1993. página 9.

² Y. Barnard.- Je Colly. Diccioario económico y financiero. 3ª. Edición Hostales, Madrid. 1981 pág. 55

Es también importante la Administración Hotelera ya que es en gran parte la responsable del éxito o fracaso de la empresa. El término administrare, etimológicamente significa servir. " En este sentido, puede definirse la administración como la acción de servir a otro, de cuidar los bienes de otro, de encargarse de los asuntos de otro. Por extensión, administrar significa encargarse de los asuntos de uno mismo, cuidar y manejar los propios bienes y recursos " ³

Muchos autores han señalado a la Administración como ciencia, como técnica y como arte, pero es innegable que los precursores del tratamiento científico hacia la Administración fueron Frederick W Taylor Henry Fayol. " La Administración es una ciencia en formación. Conocemos un conjunto de principios o postulados y doctrinas sobre la acción humana administrativa al que llaman fenómeno administrativo. Los investigadores continúan observando este fenómeno y estableciendo conclusiones sobre su causalidad y sus diferentes manifestaciones. Estas conclusiones van formando un conjunto de principios o cuerpo de doctrina que se denomina Ciencia Administrativa. Pero por la acción administrativa un fenómeno sometido a las contingencias del comportamiento humano, los investigadores siguen una continua observación de sus cambios y

³ Ibid. Pág. 6.

modalidades y cada vez habrá nuevos análisis, nuevas críticas y nuevas conceptualizaciones que necesariamente se están nutriendo de la influencia cambiante del hombre cuya actividad origina el fenómeno administrativo. Es por esto, que debe acudir al auxilio de otras ciencias como: Psicología, Antropología, y la Política para extender las modalidades y características del fenómeno administrativo.

Si se sabe que la técnica es un " conjunto de métodos y procedimientos", no se puede dudar que la administración es también una técnica en la medida en que dichos métodos se aplican para la organización y ejecución de las actividades humanas administrativas. La práctica Administrativa es pues el desarrollo de un conjunto de técnicas en los diferentes procesos administrativos ".⁴

De otro lado, tenemos que " Arte es hacer bien las cosas, es decir, creación, expresión nueva, perfección, es obvio que la práctica de la Administración Científica busca lograr resultados perfectos en la ejecución de las actividades y constituye también un verdadero arte. La Administración considerada como arte, se refiere a las habilidades del administrador para lograr resultados óptimos ".

⁴ Ibid. Páginas 27,28, 29.

Después de conocer las anteriores concepciones acerca de la Ciencia Administrativa, sería bueno revisar la clasificación de las empresas teniendo en cuenta diferentes criterios:

- ◆ *Según su origen:- Públicas y privadas.*
- ◆ *Según sus objetivos:- Industriales, comerciales y de servicios.*
- ◆ *Según el destino de sus recursos y utilidades:- Con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro.*
- ◆ *Según el tipo de aportes y participación de sus miembros:- Sociedades de personas, sociedades de capital y combinación de personas y capital.*
- ◆ *Según el régimen Jurídico :- Sociedad Anónima, Sociedad Limitada, Sociedad en Comandita, Sociedad de Hecho.*
- ◆ *Según su tamaño:- Grande, mediana, pequeña microempresa.*

- ♦ *Según el ámbito territorial de la actividad:- Local, regional, nacional y multinacional.*

Toda empresa supone una estructura organizacional que reúne y combina varios factores, por ejemplo: el trabajo y el capital que son agentes de producción. El trabajo interviene en forma diferenciada: hay tarea de concepción, planeación, mando, ejecución.

En este campo donde la empresa y los empresarios están bajo la influencia de los principios y técnicas de la teoría administrativa que estudian los administradores de empresas ".

1.1 EMPRESARIOS INTRAEMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES

En el ámbito de la disciplina administrativa se viene elaborando un lenguaje con el fin de diferenciarla de otros campos del saber. Es por esto, que los administradores, según el papel que desempeñen en las empresas y sus procesos como dueños, promotores o gestores así también se pueden denominar empresarios, intraempresarios y emprendedores.

1.1.1 El empresario.

- ◆ *Es quien crea y pone en marcha una empresa, sin importarle los riesgos que le toque correr, porque por lo general, son personas muy valerosas, se debe tener en cuenta que además debe ser muy precavida ya que esto reducirá los riesgos para evitar el fracaso. Otras características de los empresarios son:*

- ◆ *Gusto por el trabajo independiente.*

- ◆ *Tenacidad y constancia.*

- ◆ *Sentido del logro.*

- ◆ *Visualización de oportunidades.*

- ◆ *Animo de lucro.*

- ◆ *Disciplina*

- ◆ *Amor a la autonomía.*

1.1.2 El emprendedor. El término emprendedor ha surgido para referirse a aquellas personas que estimulan la creación de empresas, las impulsan y promueven convirtiéndose en factores de éxito por su desempeño en la gerencia de empresas y negocios. Algunas aptitudes emprendedoras son:

- ◆ *Gusto por el trabajo*
- ◆ *Creatividad.*
- ◆ *Capacidad para la dirección*
- ◆ *Deseo de innovación*
- ◆ *Amor por la libertad.*

1.1.3 El intraempresario.- Cuando en una empresa ya posicionada existe un individuo que por medio de sus acciones en materia administrativa hace que la productividad aumente, se puede decir que se está ante un intraempresario. Estas personas tiene la facultad de desarrollar exitosamente acciones como:

- ◆ *Redefinición de objetivos y de estructuras internas.*
- ◆ *Aplicación de nuevas técnicas para medir el clima organizacional.*

- ♦ *Introducción y administración de innovaciones operativas o de productos y servicios.*

1.2 EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

" La administración es la profesión de los gerentes, presidentes, ejecutivos, directores, jefes, etc., y estas personas forman una nueva clase: es una clase que está en medio de los dueños, por una parte, y de los trabajadores y usuarios por otra. Es una clase que ejerce funciones directivas en el gobierno y en la empresa. Es una clase que ejerce las funciones de dirección y coordinación en todas las instituciones. Es una clase que traza los planes, fija criterios, enlaza la producción la distribución, los transportes, las comunicaciones. Es en fin, una nueva élite cuyo poder no descansa únicamente en la propiedad sino en control del proceso de integrador del desarrollo económico y social por el dominio de la ciencia y técnicas administrativas y de las ciencias técnicas con las cuales se relaciona.

En Latinoamérica y países en general del tercer mundo, los gerentes hombres de empresa, directivos, son en su mayoría empíricos o formados en otras disciplinas. Estudios comparados indican que el 60% de los propietarios y gerentes de empresas productivas no han superado los estudios primarios.

1.3 GENERALIDADES SOBRE EL DESARROLLO DEL EMPRESARIADO COLOMBIANO

Grupos de hombres provenientes de Antioquia Grande, tomaron la decisión de desplazarse hacia el sur con el fin de expandir una cultura agropecuaria. Estos son los inmediatos ascendientes de empresarios y negociantes del centro y occidente colombiano.

Algunos estudios indican que fue a principios del siglo pasado cuando se introdujo la enseñanza de la Administración en los planes de estudio para la formación de ingenieros de Minas, en la escuela de Minas de Medellín. Es el resultado, fue el primer grupo que podría calificarse de clase dirigente administrativa colombiana. Han ocupado puestos de dirección en el sector público y privado. Han sido creadores y promotores de las empresas en la

primera mitad del siglo pasado y con ellos puede hablarse de una generación que mucho antes de que ocurriera en otros ámbitos, tuvo una conciencia de la revolución industrial según la cual la industrialización era la única esperanza de las clases pobres. En 1946, el 28,8% de los gerentes de empresas industriales importantes eran ingenieros de minas egresados de la Escuela de Minas, el 50,8% no había cursado estudios universitarios y el 21,4% había realizado estudios universitarios en otras disciplinas.

Es de anotar que la formación de este ingeniero de Minas, practicante de la administración, fue el producto de la enseñanza de la Ingeniería combinada con los principios del Taylorismo y con una ética muy particular sobre los negocios y la conducta y misión social del profesional.

Como se ve, la formación para la gerencia, es decir, la formación en administración durante la primera mitad del siglo pasado fue sólo un complemento a la formación profesional de los Ingenieros de Minas. Fue al finalizar la década de los años cincuenta cuando se comenzó a sentir la necesidad de diferenciar los profesionales de Ingeniería de los Administradores formados exclusivamente para la gerencia.

1.4 NACIMIENTO DE LA HOTELERIA COMO ACTIVIDAD ECONOMICA

Aunque es una actividad conocida desde finales de la época antigua, alcanzó gran importancia en la edad media, los hoteles, el estilo moderno, existen desde el siglo XVII y los primeros aparecieron en París, extendiéndose la actividad hacia los demás países debido al creciente tráfico de viajeros, al extenderse las líneas del ferrocarril en Europa.

1.5 LA HOTELERIA EN SANTA MARTA

En un principio los pocos veraneantes que llegaban a la ciudad eran llevados a los baños de Bonda y a las playas del Rodadero por caminos y trochas, ya que aún no existía la carretera actual. Cuando la insuficiencia de las playas de Santa Marta se hace muy evidente, se busca la forma de llegar a las bellas playas del Rodadero y es entonces, cuando se piensa en la construcción de una carretera para unir las playas gemelas. Fueron los señores Rafael Arregoces y Jorge Diazgranados, los primeros que establecieron servicios de restaurantes, casetas y desvestideros que aunque muy precarios eran oportunos. En 1956 se construye el hotel Tamacá y se organiza el balneario turístico alrededor del



hotel Tamacá fueron creciendo los grandes conjuntos habitacionales de edificios con propiedad horizontal, aparecen autónoma y discrecionalmente el teatro y la capilla del mar.

Por otra parte, en Santa Marta, frente a sus bahías se inicia la historia del turismo del Magdalena a partir de la construcción del célebre hotel Tayrona, obra monolítica ejecutada por el arquitecto cubano Manuel Carrera e ideada por don Pepe Vives como gobernador del Magdalena. Este monumento conserva su estilo fresco y airoso; desde aquí se auspició la idea de un festival marino que se convirtió después en la fiesta del mar, la creación de la oficina departamental de turismo y la primera guía turística de San Pedro Alejandrino. Es por esta época cuando don Alonso González Rubio y esposa construyeron el Park hotel. Tiempo después se acomete la construcción de nuevos hoteles por iniciativa de Rafael Guerrero Torres con el hotel Lillian, de Hector Díaz con el hotel Irotama y de el Parador de Maestre y el hotel la Sierra de don Francisco Riascos. Se realizan estudios por parte de Corturismo que invocan el interés internacional por las bellezas del parque Tayrona. Los inversionistas extranjeros emprenden la construcción del hotel Caribbean Inn en la zona norte, pero son frenados por la nueva política

ecológica del Inderena que elevó a Reserva Nacional el Parque Tayrona, por lo cual nace paralelamente otro desarrollo hacia el sector del Rodadero con capital colombiana, y se genera Puerto Galeón, Santa Mar Hotel, El Betoma, Cañaverál y la ampliación del Tamacá. Simultáneamente, se realiza el embellecimiento de las playas de Taganga, donde también se hace presente la inversión de capital privado para la construcción del bellissimo hotel la Ballena Azul. Se nota a las claras que en un principio las inversiones importantes eran realizadas por empresarios locales y nacionales y la inversión extranjera no era muy significativa.

1.5.1 Situación actual de la hotelería en Santa Marta. En este momento, la ciudad de Santa Marta cuenta con un total de 38 establecimientos hoteleros debidamente legalizados, es decir, cuentan con matrícula mercantil categoría y registro nacional de turismo, con capacidad para atender un total de 8.335 turistas aproximadamente. Ver anexo A. El resto de la demanda es atendida por la parahotelería y un número importante de establecimientos sin categoría ni registro nacional de turismo. Ver anexo B.

2. DISEÑO METODOLOGICO SEGÚN LA NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 SELECCIÓN Y MEDICION DE LAS VARIABLES DE ANALISIS

Las variables seleccionadas fueron:

a. Procedencia geográfica de los empresarios e intraempresarios del subsector hotelero de Santa Marta.

b. Nivel de formación profesional de los empresarios e intraempresarios.

2.2 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO GEOGRAFICO Y TEMPORAL DEL ESTUDIO

Las empresas objeto de estudio se encuentran ubicadas en le Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta; este proyecto fue realizado con las empresas hoteleras que están debidamente legalizadas y se encuentran

operando normalmente en la actualidad. Se tendrá en cuenta la información del año 2000 en adelante.

El tiempo de elaboración de este proyecto de grado tuvo un período de seis meses a partir de la primera semana de junio.

2.3 FORMAS DE OBSERVAR LA POBLACIÓN

La población objeto de estudio es de 38 empresas, información suministrada por la Empresa de Turismo de Santa Marta, Cotelco y la Cámara de Comercio.

Si se tiene en cuenta que el número de la población es relativamente pequeño, entonces fue posible trabajar con la población total.

2.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS A UTILIZAR PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACION

Se utilizó la técnica de recolección de fuentes primarias, porque fue recopilada directamente de los gerentes administradores de los diferentes hoteles del

Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta, mediante una encuesta, y el instrumento es el formulario donde se encontrarán consignadas las preguntas.

También se utilizaron fuentes de tipo secundario, ya que se recopiló información escrita de diferentes autores mediante documentos, revistas, textos, prensa e Internet.

2.4.1 Recolección de la información. *Se aplicó un total de 38 formularios, ya que este es el número de la población total.*

Además, se obtendrá información secundaria de los hoteles, con el fin de ubicar los parámetros dentro de los cuales se basó la investigación.

2.4.2 Técnicas y procedimientos. *En lo que respecta a la estadística se utilizaron técnicas y procedimientos como: medición de la media aritmética y la desviación estándar como medidas de tendencia central y de dispersión respectivamente que permitieron sacar las conclusiones e inferencias de cómo*

está compuesto el empresariado hotelero de Santa Marta en lo que se refiere a la procedencia y el nivel profesional de sus miembros.

3 PROCEDENCIA Y FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS EMPRESARIOS E INTRAEMPRESARIOS DEL SECTOR HOTELERO DE SANTA MARTA

3.1 EL SECTOR HOTELERO

El sector hotelero es uno de los bastiones jalonadores de la demanda turística, y por esta razón, su organización y oferta de buenos productos serán factores que dictaminará el éxito futuro del negocio.

La organización del sector hotelero, supone que básicamente debe existir un diseño armónico entre los siguientes elementos: Planta física, desarrollo del recurso humano y una adecuada estructura administrativa y financiera. En cuanto a la planta física, se debe procurar que las instalaciones hoteleras sean construidas de tal manera que no desentonen en el entorno donde se encuentren y al mismo tiempo brinden todas las comodidades posibles, ya que ese el objeto principal: descanso y confort. El recurso humano se convierte en prioridad dentro del sector hotelero si se tiene en cuenta que es este quien tendrá el contacto directo con la clientela, por esto la capacitación y el

desarrollo del recurso humano juegan un papel preponderante. Por último, se destacará una estructura administrativa financiera que permite que el negocio subsista sin muchas afugias, con la solvencia económica necesaria que permita concentrar los mayores esfuerzos en prestar mejores servicios y no haya un desgaste en la búsqueda de soluciones a problemas económicos graves.

Lo anterior, se complementa con un portafolio de servicios que convierta el hotel en un destino llamativo, que logre crear expectativa y que por medio de su servicio se ubique en un lugar privilegiado dentro del mercado.

3.2 ANTECEDENTES DE LA HOTELERÍA EN COLOMBIA.

La hotelería es el complemento esencial del turismo, el cual, por su naturaleza es el más internacional de los negocios. Desde su surgimiento como actividad lucrativa en la era moderna, ha marcado la pauta en las relaciones entre los países y regiones y ha ofrecido la oportunidad de superar, las diferencias culturales, ideológicas, políticas y económicas entre las naciones.

Este negocio moviliza año tras año gran cantidad de personas y de recursos económicos y ningún país puede sustraerse a su influencia, especialmente en la

época actual cuando las barreras convencionales e ideológicas han sido en gran parte superadas.

A pesar de que Colombia viene trabajando en hotelería y turismo desde mediados de siglo con alguna insistencia, no ha logrado posicionarse en el mercado internacional con una imagen y unos productos definidos. Diversos análisis han permitido al sector detectar serias deficiencias en la prestación del servicio, escasez de información para tomar decisiones acertadas, desconocimiento de los mercados emisores, poca coordinación entre las instancias involucradas en el turismo, factores del entorno nada favorables, desaprovechamiento de las tradicionales ventajas comparativas que hacen que el producto turístico colombiano, en general, no sea competitivo.

3.3 PRINCIPALES ZONAS HOTELERAS

En Colombia se pueden identificar varias zonas hoteleras importantes, destacándose diversos productos turísticos que pueden motivar el arribo de huéspedes a una u otra zona hotelera. Es así como puede ser turismo de negocios, turismo de sol y playa, turismo de naturaleza y aventura, turismo de ciudades, turismo étnico, turismo de arqueología e historia; también se puede

considerar otra categoría en la cual se incluyen aquellos productos que corresponden a eventos especiales, centros de salud especializados, concentraciones religiosas y lugares de peregrinación, entre otros.

La conformación hotelera de Colombia, según su vocación turística es la siguiente:

- **Costa Caribe** :- Cartagena, Santa Marta, San Andrés, Barranquilla, Morrosquillo, Coveñas, San Bernando.
- **Costa Pacífica** :- Buenaventura, Idrilleros, Gorgona, Tumaco.
- **Llanos - Amazonía** :- Leticia, Araracuara, Puerto Carreño, PNN Tuparro.
- **Destinos con vocación turística a partir de grandes ciudades :**
 - Bogotá: y Zona de influencia: Sabana de Bogotá.
 - Antioquia: Medellín y Urabá - PNN Katíos.
 - Suroccidente: Popayán, Cali, Bucaramanga, Pasto.



3.4 SITUACIÓN ACTUAL DE LA HOTELERÍA

Según el " Plan estratégico de desarrollo turístico " elaborado por la Universidad del Norte en el año de 1996, el servicio hotelero colombiano recibió una calificación media de 3,58 frente a 4, 29 de calificación para los competidores. Sin embargo, este informe presenta algunas inconsistencias; en primer lugar, porque no menciona cuales son los países competidores tomados como referencia. Aparte de este dato, la investigación de la Universidad del Norte ofrece otras indicaciones más puntuales. Entre ellas.

- *El único campo reconocido como de mayor calidad local respecto a los países competidores es el manejo de convenciones; en todos los demás, la calificación atribuida a Colombia está por debajo de las calificaciones medias del exterior.*

- *Las debilidades mayores de los hoteles tienen que ver con fallas de etiqueta y protocolo; lentitud de los servicios de caja y recepción; falta de idiomas; poca velocidad en el servicio a la mesa; ausencia de facilidades deportivas y saunas, y en general, con deficiencias de atención.*

▪ Usualmente, las instalaciones hoteleras del país no difieren demasiado de sus congéneres del caribe, en los estratos de turismo internacional, salvo ciertos equipamientos que podrían diferenciarse en desventaja por ser de producción nacional (por ejemplo, ascensores, equipos de aire acondicionado, griferías, cerrajerías, entre otros), o en ciertos estilos arquitectónicos. Por otra parte, un estudio realizado en 1998 por el Ministerio de Desarrollo Económico, indicaba que para entonces los destinos favoritos de los colombianos en materia turística, eran en su orden, Bogotá, Cartagena, San Andrés, Medellín, Santa Marta, Cali, Armenia, Pereira, Manizales, Paipa y Villa de Leyva.

El año pasado, esa situación sufrió un cambio radical, ya que según Cotelco (Asociación Hotelera de Colombia) las tres perlas más apetecidas por los colombianos en ese momento fueron Santa Marta, el Eje Cafetero y la Zona de influencia de Bogotá. Cartagena, que antes estaba en los primeros lugares, hoy se ha pasado a un segundo plano.

En el año 2000, el porcentaje de visitantes colombianos en Santa Marta, fue del 95,5% las regiones que le siguen en la lista, según la ocupación hotelera, son

la de influencia de Bogotá (es decir, Girardot, Melgar, Ibagué y otras cercanas a la capital), con el 95,2 % y los del Eje Cafetero, con el 93%.

Por último, la mayoría de los viajeros extranjeros que llegaron a Colombia visitaron Bogotá, donde buscan una buena sede para su turismo de negocios. De acuerdo con Cotelco, el porcentaje es del 46%, seguida por Cartagena donde se reportó un 24,2% de la ocupación extranjera.

3.5 LA HOTELERIA EN SANTA MARTA

Como producto turístico internacional Santa Marta está muy atrás de Cartagena, pero con perspectivas iguales a aún mejores. Aquí la ventaja comparativa del recurso natural está dada, pero las condiciones de competitividad deben ser construidas desde abajo. Las fallas principales de Santa Marta radican en las actividades diferentes al disfrute pasivo de la playa: Santa Marta no tiene nivel internacional en deportes náuticos y en servicios de animación, gastronomía, espectáculos, vida nocturna, equipamientos deportivos como golf, tenis, y otros deportes y programación de acontecimientos de atracción internacional,

De otra parte, la diversificación iniciada hacia congresos y convenciones o a ecoturismo es muy embrionaria, con manejo poco profesional.

Al contrario de Cartagena, el sector urbano de Santa Marta pesa muy poco en el contexto de la oferta, probablemente porque la hotelería de la ciudad se quedó muy rezagada en términos de calidad, aparte de que no existía un conjunto urbano de características tan sobresalientes como las del recinto amurallado de la " Heroica ". En la región hubo desde el principio modelos de desarrollo fundamentados en el negocio de construcción y finca raíz, que fueron creciendo al ritmo de las bonanzas cíclicas de la economía, es decir, con empujes cada diez o quince años y recesos subsiguientes. Nunca hubo " Planes maestros " bien apoyados ni se dictaron normativas urbanas y ambientales adecuadas, de manera que la planeación y los controles por parte de la administración municipal surgían de tiempo en tiempo como una necesidad remedial más que como un derrotero.

Como la prioridad se afincó en la venta de apartamentos, el sector hotelero siempre estuvo en un plano secundario.

Ese modelo trajo como consecuencias de aprovechamiento inmoderado del suelo, escasa previsión en materia de servicios públicos, poca atención a las necesidades de vialidad y espacio público. Los desarrollos de tipo urbano que fueron dándose en el Rodadero y, a imitación de este en otros lugares, han dado prevalencia a los grandes bloques de edificios de condominios y de propiedad horizontal, con calles angostas, falta de parqueos, estrechez para el movimiento peatonal, ausencia de plazas, zonas verdes, bulevares.

Por las mismas razones, la hotelería samaria, con pocas excepciones (Irotama, Santamar, Zuana, Los Veleros, Costa Azul Beach Resort, Decamerón Galeón) se redujo también en bloques que en su mayor parte colindan con otros edificios, sin solución de continuidad. Entre unos y otros acabaron encortinando los frentes de playa y luego las calles. La paramentación estrecha y la alta densidad de éstos conjuntos ofrecen hoy un ambiente poco amigable, propio de los balnearios de hace treinta años, donde la naturaleza va siendo sustituida por el cemento. De allí que sectores como el Rodadero, no ofrezcan mayores perspectivas en la estrategia futura.

Puesto que el "perfil" del mercado en cada subsector iba dándose por determinado segmento de arrendadores de apartamentos, generalmente de estrato medio, la hotelería siguió la misma estratificación: categorías media y media - baja. Por lo cual Santa Marta no dispone hoy de una sola hotel de cadena internacional en gestión directa. Apenas existen tres establecimientos de nivel "turista superior".

Hay igualmente, tres nombres de cadena (Decamerón, Fork Travelodge y Howard Jonson) que operan en franquicia. No se dispone de hoteles de lujo.

El grueso del mercado es obviamente nacional, más un porcentaje bajo de extranjeros, casi todo provisto por el operador Decamerón, la demanda venezolana está presentando un paulatino repunte.

Mirando hacia el futuro Santa Marta debe aprovechar su fortaleza basada en el mejor acceso terrestre con respecto a Cartagena en dos mercados que se constituirán en su demanda "colchón", es decir, que hagan las bases o punto de equilibrio antes de cualquier lanzamiento de la oferta hacia el mercado

internacional: el colchón lo deben conformar la demanda doméstica y venezolana.

3.5.1 Conformación del sector hotelero de Santa Marta. *Actualmente en Santa Marta funcionan 36 establecimientos hoteleros debidamente legalizados, los cuales conforman el renglón formal de la actividad, y hasta hace poco hicieron parte de este grupo dos hoteles que desaparecieron por razones diferentes: el hotel Rodadero tuvo que cerrar sus puertas a raíz de la recesión económica que no le permitió obtener los ingresos necesarios para seguir operando. El otro hotel que dejó de funcionar, fue el " Parador de Mestre ", pero su caso se diferencia del anterior, ya que lo que se hizo fue cambiar radicalmente la razón social, y pasó de ser un hotel a ser una coopropiedad horizontal.*

Dentro de este renglón también existen dos casos que valdría la pena resaltar:

El centro vacacional Palmarena perteneciente a la Cooperativa Corpoica, que cuenta con 4.500 socios aproximadamente diseminados por todo el país.

También es un caso especial el club de suboficiales, ya que es propiedad de las

Fuerzas Militares de Colombia, por lo cual su manejo administrativo y financiero se encuentra en manos de miembros de esa Institución.

En cuanto a la planta parahotelera, la empresa de turismo de Santa Marta Etursa - Calculó en el año de 1999 un total de 3668 apartamentos aproximadamente, ubicados en 86 edificios del caso urbano de Santa Marta, Rodadero, Salguero, Pozos Colorados, Bello Horizonte y Costa Azul. De este gran total, se encontró que 2.851 apartamentos (77,7%) son utilizados en la hotelería de manera informal, aprovechando las temporadas altas del turismo.

Por último, se encuentran las residencias y habitaciones por días, en las cuales se hace casi imposible determinar un número exacto por su gran cantidad. En algunos casos, estos " establecimientos " no cuentan con los más mínimos requerimientos para ejercer la actividad hotelera, sin embargo, su mayor fortaleza radica en los bajos precios que manejan.

3.5.1.1 Estructura organizacional de las empresas hoteleras de Santa Marta. *Las empresas hoteleras de la ciudad de Santa Marta, manejan básicamente tres prototipos de organización:*

- v *El estándar corriente internacional, que supone una estructura más o menos común a todas, dependiendo del tamaño. Este modelo se aplica a los hoteles de cadena, y a los operadores hoteleros independientes de buen nivel. Según este modelo la estructura debe ser: una gerencia general y un asistente operativo, apoyados en sendas subgerencias: para alimentos y bebidas, recepción y habitaciones y comercial. Mas un servicio de reservas, una oficina de atención al cliente, un supervisor de calidad, un contralor interno de costos y una auditoría contable externa.*

De ahí para abajo, las funciones comunes a toda la hotelería, y número de unidades de mando intermedio y dependencias operativas depende del tamaño. Pero se cumplen como es obvio funciones de: control de pisos, recepción, teléfonos, cocina, compras y almacén, puntos de venta de alimentos y bebidas, lavandería, mantenimiento, relaciones industriales, contabilidad, cobranzas, caja y servicios generales (seguridad, proveeduría, mensajería, correspondencia y archivos, etc.).

- ✓ *El estándar nacional, que es una estructura hecha por lo general a la medida del patrón-inversionista que maneja también otros asuntos, además de ser propietario del hotel.*

Por lo común, en estos casos la gerencia está concentrada en el dueño del negocio, quien se apoya en un administrador, que a su vez reproduce bajo su mando lo estrictamente esencial del manejo administrativo-operativo. Esto suele hacerse mediante uno o dos asistentes o jefes de área, de calificación media, encargados de las dos áreas básicas: Recepción y habitaciones, y alimentos y bebidas. Debajo de éstos, todo el personal suele ser operativo.

- ✓ *Finalmente, está el estándar **microempresa o empresa "familiar"**, donde la consigna es repartir responsabilidades administrativas y operativas entre un grupo de dos o tres personas del núcleo familiar o gerencia, que a la vez es en algún grado operativo: dueño y recepcionista, dueña y jefe de cocina, hija de dueño y gobernanta, etc., con un personal auxiliar directo en función de la carga a suplementar y asignación de funciones muy variables, al ritmo de las necesidades.*

3.5.1.2 Portafolio de servicios. Las empresas hoteleras debidamente legalizadas de la ciudad de Santa Marta, se caracterizan en su gran mayoría por presentar deficiencias en la prestación de servicios, sin embargo, existen 3 hoteles que pueden llamarse de nivel turista superior, en los cuales los huéspedes pueden encontrar de una gran variedad de comodidades y servicios; estos hoteles son: Zuana Beach Resort, Irotama, y Mendihuaca Caribbean Resort. El resto de hoteles prestan el servicio de alojamiento y restaurante básicamente y en algunos casos unos que otros servicios complementarios.

Lo anterior, indica que los hoteles de Santa Marta tienen una desventaja, ya que si dotarán de manera adecuada sus instalaciones serían un poco más competitivos.

3.5.1.3. Capacidad y cobertura. El arribo de visitantes al Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta, ha sido calculado por el Ministerio de Desarrollo Económico en 80.000 turistas por temporada aproximadamente, incluyendo a los llamados " mochileros " o turistas informales; sin embargo, la capacidad del sector hotelero que opera formalmente en la ciudad es de 8.300 huéspedes aproximadamente, lo cual deja entrever que el porcentaje de

turistas que dichos hoteles pueden atender es muy bajo; es decir, que la cobertura no es la adecuada para una ciudad eminentemente turística. Lo anterior, permite que la parahotelería se aproveche de la situación y se convierta en una alternativa llamativa para el turista, lesionando los intereses económicos del sector y de la ciudad

3.6 CARACTERIZACION DEL EMPRESARIADO HOTELERO

3.6.1 Procedencia. *De todos los destinos turísticos de Colombia, Santa Marta es el que reúne menos empresarios hoteleros nativos. En los inicios de la actividad hotelera predominaron como promotores de proyectos inmobiliarios, con algún componente hotelero, y también durante la bonanza marimbera de los setentas y principios de los ochentas, cuando la asociación del narcotráfico con la hotelería tuvo cierto furor en la Costa Caribe. Sin embargo, en la postrimería del siglo XX la situación varió sustancialmente, como se verá más adelante.*

3.6.2 Empresarios. *El cuadro 1 y la figura 1 presentan la distribución de los empresarios hoteleros según la ciudad, región o país de origen. De un total de 58 empresarios encuestados el 25.86% son de Santa Marta, el 12.07% de*

Barranquilla, el 20.69% de Bogotá, el 6.9% de los Llanos Orientales, el 5.17% de Medellín, al igual que España. Otras regiones y países como Boyacá, Riohacha, Cali, Argentina y Francia hacen sus aportes en menor proporción.

Nótese que sumando Barranquilla, Bucaramanga, y Bogotá casi duplican el número de empresarios aportados en comparación con Santa Marta.

De acuerdo con el cuadro 2 y la figura 2 el 74.14% de los empresarios hoteleros de Santa Marta son foráneos, mientras que sólo el 26% son oriundos de la ciudad.

Cuadro 1. Distribución del empresariado hotelero de Santa Marta, según el lugar de origen.

CIUDAD/PAIS	NUMERO	%
SANTA MARTA	15	25,86
BARRANQUILLA	7	12,07
BUCARAMANGA	6	10,34
BOGOTÁ	12	20,69
SAN JACINTO (BOL)	2	3,45
MEDELLIN	3	5,17
LLANOS ORIENTALES	4	6,9
BOYACA	2	3,45
RIOHACHA	1	1,72
CALI	1	1,72
ARGENTINA	2	3,45
ESPAÑA	3	5,17
COLOMBO FRANCESES	1	1,72
TOTAL	58	100

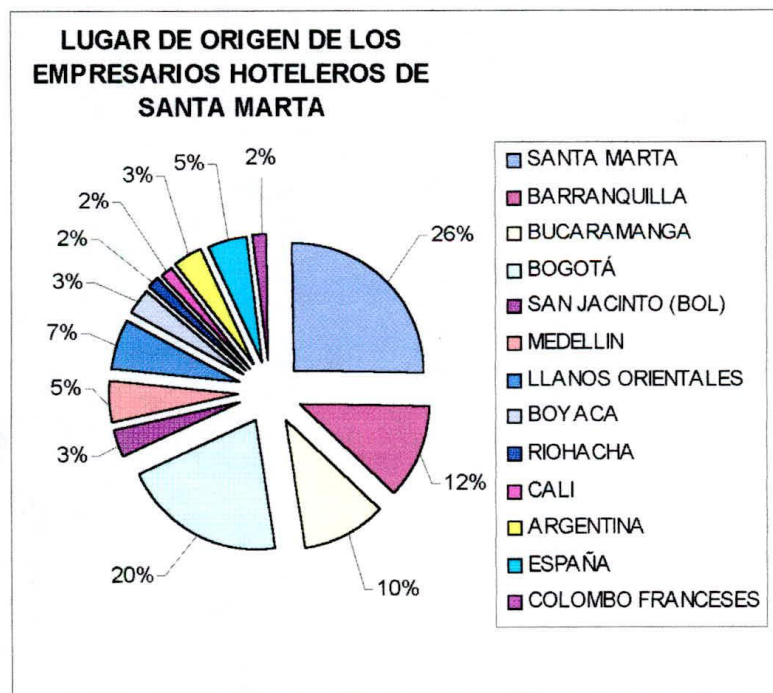


Figura 1. Distribución del empresariado hotelero de Santa Marta, según el lugar de origen.

Cuadro 2. Distribución consolidada del empresariado hotelero de Santa Marta según su procedencia.

CIUDAD	NUMERO	%
SANTA MARTA	15	25,86
FORANEOS	43	74,14
TOTAL	58	100



Figura 2. Distribución consolidada del empresariado hotelero de Santa Marta según su procedencia.

3.6.3 Intraempresarios. El caso del intraempresariado se asemeja mucho al de los empresarios. Si se observa el cuadro 3 y la figura 3 se concluye que el 69.01% de las personas que ejercen cargos directivos en los hoteles son foráneos, en contraste con el 30.99% que son de la ciudad.

Existe una correlación directa entre los empresarios y los intraempresarios, lo cual se corrobora con las cifras contenidas en la figura 1 y figura 4. Esto se explica en el hecho reiterativo de que los empresarios prefieran traer de su sitio de origen a los administradores de sus hoteles. También se atribuye este fenómeno a que en muchos casos, los empresarios fungen como administradores hoteleros de sus propios negocios.

El cuadro 4 y la figura 4 nos muestra que el 30.99% de los intraempresarios son nativos, el 16.90% de Bogotá, el 8.45% de Bucaramanga, así como de Medellín y el 4,23% para cada uno de los lugares citados: Barranquilla, Llanos Orientales, Cartagena y Argentina. Otras regiones colombianas como San Jacinto (Bolívar), Boyacá, Cundinamarca, Popayán, Pasto, Fundación (Magdalena) Tolima, y Cali, se constituyen en sitios de origen de empresarios, en menor proporción, así como España.



Cuadro 3. Distribución consolidada del intraempresario hotelero, según su procedencia.

CIUDAD	NUMERO	%
SANTA MARTA	22	30,99
FORANEOS	49	69,01
TOTAL	71	100

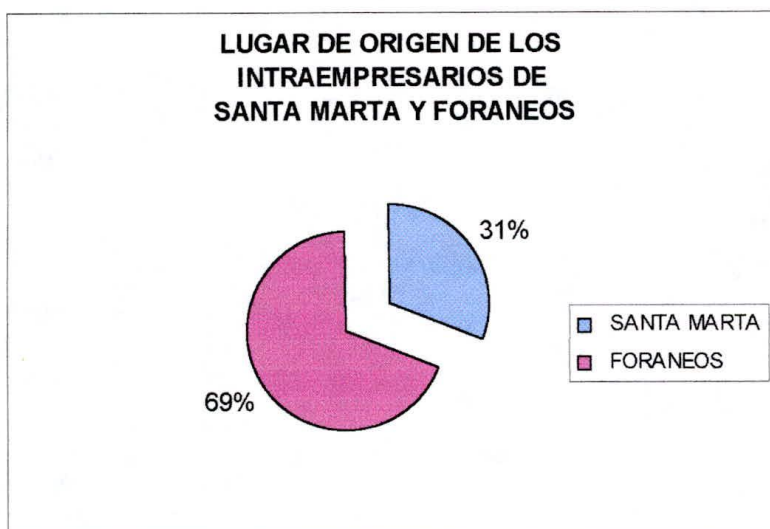


Figura 3. Distribución consolidada del intraempresario hotelero, según su procedencia.

Cuadro 4. Distribución de los intraempresarios hoteleros según el lugar de origen

CIUDAD	NUMERO	%
SANTA MARTA	22	30,99
BARRANQUILLA	3	4,23
BUCARAMANGA	6	8,45
BOGOTÁ	12	16,9
SAN JACINTO (BOL)	2	2,82
MEDELLIN	6	8,45
LLANOS ORIENTALES	3	4,23
BOYACA	2	2,82
CUNDINAMARCA	2	2,82
CARTAGENA	3	4,23
POPAYÁN	1	1,41
PASTO	1	1,41
FUNDACIÓN (MAG)	2	2,82
TOLIMA	1	1,41
CALI	1	1,41
ARGENTINA	3	4,23
ESPAÑA	1	1,41
TOTAL	71	100

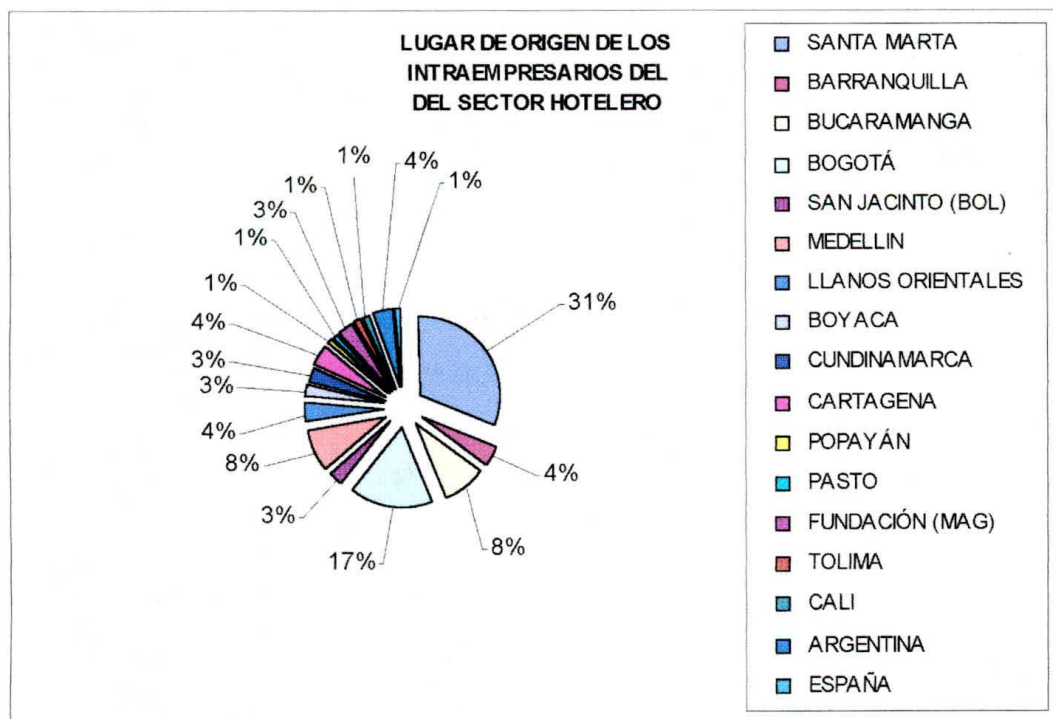


Figura 4. Distribución de los intraempresarios hoteleros según el lugar de origen.

3.7 FORMACION PROFESIONAL DEL INTRAEMPRESARIADO

3.7.1 Nivel de capacitación. De acuerdo al cuadro 5 y la figura 5 el 61.29% de los administradores hoteleros son profesionales, el 9.6% técnicos y el 29.03% no poseen ninguna formación técnica ni profesional.

En esta distribución de los intraempresarios, según el nivel de capacitación, no se tiene en cuenta el tipo de profesión, los cuales se presentarán más adelante.

3.7.2 Perfil profesional. Según el cuadro 6 y la figura 6 sólo el 20.97% de los intraempresarios encuestados tiene el perfil adecuado, es decir, poseen título de Administradores Hoteleros, en contraste con aquellos que no tienen ningún tipo de formación profesional ni técnico que representan el 27.42%, seguido de los profesionales de Contaduría con el 16.13% y los Administradores de Empresas con el 12.90%. Los demás intraempresarios se diseminan en distintas profesiones como las Ingenierías, Derecho, Economía y Psicología. Vale la pena destacar el hecho de que el 8.06% de los intraempresarios son técnicos en Administración Hotelera.

Cuadro 5. Distribución de los intraempresarios hoteleros según su nivel de capacitación.

PROFESIONES	NUMERO	%
NIVEL PROFESIONAL	38	61,29
NIVEL TECNICO	6	9,68
EMPÍRICOS	18	29,03
TOTAL	62	100

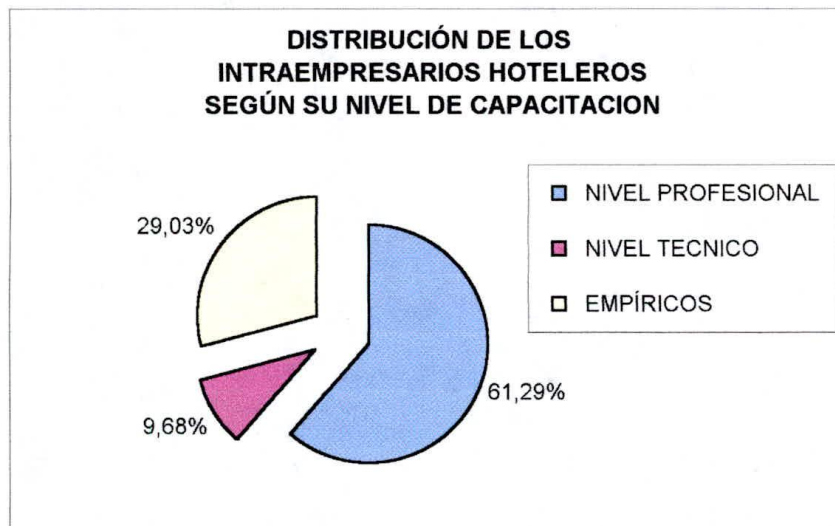


figura 5. Distribución de los intraempresarios hoteleros según su nivel de capacitación.

Cuadro 6. Distribución de los intraempresarios hoteleros según su perfil profesional

PROFESIONES	NUMERO	%
ADMINISTRADOR HOTELERO	13	20,97
TECNICO EN ADMON HOTELERA	5	8,06
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	8	12,9
CONTADOR	10	16,13
EMPIRICOS	17	27,42
ABOGADOS	2	3,23
ECONOMISTAS	1	1,61
AUXILIAR CONTABLE	1	1,61
PILOTO DE AVIACIÓN	1	1,61
INGENIEROS DE SISTEMAS	1	1,61
INGENIERO AGRONOMO	1	1,61
INGENIERO INDUSTRIAL	1	1,61
SICÓLOGO	1	1,61
TOTAL	62	100

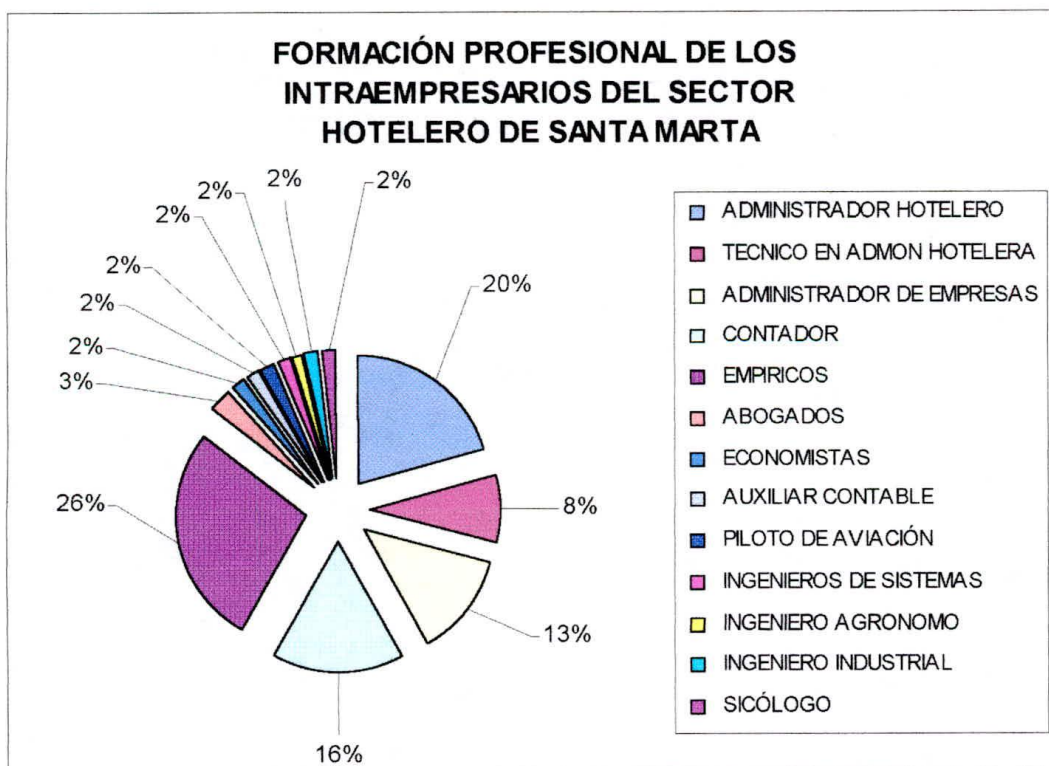


Figura 6. Distribución de los intraempresarios hoteleros según su perfil profesional

4. CONCLUSIONES

El presente estudio se basó en información recolectada en forma directa, además de una minuciosa revisión bibliográfica y por esto permite determinar conclusiones importantes como:

- *La gran mayoría de los empresarios hoteleros no son de origen samario. Sólo 15 inversionistas de un total de 58 encuestados han nacido en la ciudad.*
- *El porcentaje de intraempresarios oriundos de otras regiones, países o ciudades (69%), es mucho mayor que el de Administradores hoteleros nativos (31%). Esto quiere decir, que el sector hotelero de Santa Marta basa su desarrollo en el trabajo de intraempresarios foráneos.*
- *Un porcentaje importante de intraempresarios hoteleros no poseen el perfil profesional que se requiere para ejercer la actividad. Tan sólo el 20.97%, de estas personas son profesionales en Administración*

- *Hotelera. El nivel técnico también aporta un número importante de Administradores, pero inferior al número de Administradores empíricos, los cuales no poseen título alguno. A las claras, se nota que en general, los intraempresarios hoteleros de Santa Marta no están formados profesionalmente para los cargos que ejercen, ya que existen profesionales de todas las áreas Administrando establecimientos hoteleros en le Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta.*

5. RECOMENDACIONES

Como toda investigación, el presente estudio arroja consideraciones que pueden servir para realizar recomendaciones que ayuden a corregir la situación actual y redunden en el desarrollo del sector hotelero y por ende, en el crecimiento de la economía del Distrito. Tomando como base las diferentes esferas del sector hotelero de Santa Marta, las principales consideraciones son:

- ✓ *El Gobierno local, por intermedio de su Secretaría de Educación, debe implementar Cátedras de Turismo en todos los grados escolares, con el fin de fomentar el interés de los habitantes más jóvenes de la ciudad hacia esta actividad.*

- ✓ *Las Instituciones de educación superior están en mora de ofrecer programas enfocados hacia la hotelería y el turismo, creando alianzas estratégicos con las empresas de este sector con el fin de que exista una retroalimentación. Esto permitirá que los futuros administradores*

- ✓ *hoteleros y turísticos puedan realizar prácticas profesionales y a su vez los hoteles se beneficien de los conocimientos que estos puedan aportar.*

- ✓ *El habitante común de la ciudad debe tomar conciencia de la importancia que pueda tener la actividad hotelera y turística hacia el futuro; incluso, si se toman las medidas necesarias pueden convertirse en la base principal de la economía del Distrito .*

BIBLIOGRAFIA

ACUERDO 003 DE 07/07/92 Y ACUERDO 007 DEL 09/10/99. CONSEJO ACADÉMICO UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA.

CARACTERÍSTICAS IMPOSITIVAS DEL SUBSECTOR HOTELERO EN SANTA MARTA. Carmen Escobar Gómez; Rigoberto Fernández Olivella. Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Administración de Empresas Agropecuarias. Santa Marta, 1996.

DICCIONARIO ECONOMICO Y FINANCIERO. Y. Barnard; J. C. Calli. 3a. Edición, Hostales, Madrid, 1981.

ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO. Tomo I. Ministerio de Desarrollo Económico. Proyectos e inversiones turísticas LTDA. Imprenta Nacional de Colombia. 1997. Bogotá.

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN. Carlos Ramírez Cardona. Ediciones ECOE. 1993, Bogotá.

GRAN ENCICLOPEDIA ILUSTRADA. Círculo, Vol 6, pág 2074. Plaza y Janés, S.A. Editores Barcelona.

INSTITUTO COLOMBIANO PARA NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Norma Colombiana 1486 para la presentación de tesis de grado. Bogotá: ICONTEC, 2001.

PROYECTO DE DESARROLLO TURÍSTICO. Santa Marta 2000. Carlos A. Socarrás Zúñiga; Alfredo Diazgranados Caballero; Francisco Ospina Navia. Gobernación del Magdalena. Alcaldía Mayor de Santa Marta Distrito Turístico y Cultural e Histórico. Cámara de Comercio Santa Marta, agosto de 2000.

SUCESOS DEL MAGDALENA EN EL SIGLO XX. Jaime Villarreal Torres y Jorge Diazgranados V. 1998. Santa Marta.



ANEXOS

Anexo A. Planta hotelera de Santa Marta. *

HOTEL	CATEGORÍA	CAPACIDAD (habitaciones)	No. DE PERSONA
1. BETOMA	2	39	120
2. CAÑAVERAL	2	60	150
3. CASAVIEJA	1	20	60
4. COSTA AZUL BEACH	3	37	184
5. DECAMERON GALEON	3	243	733
6. EDMAR	2	45	140
7. EL RODADERO	2	44	120
8. IROTAMA	5	239	750
9. LA BALLENA AZUL	2	30	90
10. LA RIVIERA	2	80	235
11. LA SIERRA	3	74	180
12. LOS VELEROS	1	26	120
13. MENDIHUACA C.R.	5	236	656
14. PAEK HOTEL	1	80	280
15. SOL ARHUACO	3	56	196
16. SORRENTO	2	88	250
17. SANTA MAR	4	152	350
18. TAMACA BEACH R.	3	85	350
19. VALLADOLID	2	54	100
20. YULDAMA RODADERO	3	90	259
21 YULDAMA SANTA MARTA	2	54	182
22 ZUANA B. R.	5	185	800
23 MAR AZUL	2	39	180
24 PALMARENA	3	32	120
25 BARILOCHE	2	24	100
26 MEDELLÍN RODADERO	2	30	125
27 TAYBO	2	40	105
28 CLUB DE SUBOFICIALES	1	126	375
29 BAHIA	2	60	118
30 ANDREA DORIA	1	49	120
31 SOLINN	1	32	112
32 SAVOY	2	30	80
33 LA POSADA	2	36	70
34 PANAMERICAN	1	80	150
35 PARADOR DE MESTRE	2	49	120
36 COLONIAL	2	20	60
37 VILLA DEL MAR	1	30	90
38 SARATOGA	1	35	105
TOTAL		2.729	8.335

* Fuente: COTELCO. Santa Marta.

RESUMEN PLANTA HOTELERA DE SANTA MARTA

HOTELES	No. DE ESTABLECIMIENTOS
<i>De 5 estrellas</i>	3
<i>De 4 estrellas</i>	1
<i>De 3 estrellas</i>	7
<i>De 2 estrellas</i>	18
<i>De 1 estrella</i>	8
TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS	37

El Club de Suboficiales es propiedad de las Fuerzas Militares y aún no tiene categoría. El resto de la demanda la atiende la parahotelería y un número importante de establecimientos sin categoría ni Registro Nacional de Turismo.

Anexo B. Planta Parahotelera.

<i>Total edificios censados</i>	86
<i>Total apartamentos</i>	3.668
<i>Total apartamentos ocupados</i>	817
<i>Total apartamentos desocupados</i>	2.851
<i>Porcentaje de apartamentos desocupados disponibles para hotelería</i>	77.7%

Fuente: ETURSA.

* La muestra fue realizada en 1999 por la Empresa de Turismo de Santa Marta – ETURSA- cobija edificios del casco urbano. Rodadero. Rodadero Sur. Salguero. Pozos Colorados. Bello Horizonte. Costa Azul.

