

UNIDAD DE NEGOCIO ESCUELA HOTEL
UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO
CASO DE ESTUDIO: ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA Y MOVICH HOTEL DE PEREIRA

ASTRID LORENA OCHOA ARIAS
CARMEN ALVIRIA MARQUEZ CASTAÑO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE PROCESOS DEL TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA, FEBRERO DE 2015
COLOMBIA

UNIDAD DE NEGOCIO ESCUELA HOTEL
UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO
CASO DE ESTUDIO: ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE DE LA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA Y MOVICH HOTEL DE PEREIRA

ASTRID LORENA OCHOA ARIAS

CARMEN ALVIRIA MARQUEZ CASTAÑO

Proyecto de grado para optar al título de
TECNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE

Director

Ing. GUSTAVO DE LA PAVA

Ingeniero químico y Administrador de negocios de Eafit
Especialista en procesos industriales alimentarios

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE PROCESOS DEL TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA, FEBRERO 2015
COLOMBIA

DECLARATORIA

Gracias Dios por acompañarnos en este proceso, por darnos la disciplina necesaria para continuar cada día a pesar de todas las ocupaciones y por enviarnos personas maravillosas para guiarnos y enrutarnos correctamente. También agradezco a mis padres, hermanos y esposo, por el apoyo incondicional y la paciencia en las largas jornadas de trabajo.

Astrid Lorena Ochoa

Mi más sincera dedicataria a Dios por la fortaleza durante este proceso, por mi regreso a la UTP, y sobre todo por haberme permitido conocer y compartir experiencias con personas maravillosas como Lorena, los docentes, los compañeros de estudio, de trabajo y directivos del hotel. También doy infinitas gracias a mi hijo Juan Pablo Toro Marquez, a mis padres Evelio Márquez, Angelica Castaño, a mis hermanos, Wilson, Juan Manuel, Miriam y Vianey, y al hombre que amo Sjoerd porque han creído en mí y me han apoyado siempre.

Carmen Alviria Márquez Castaño

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por permitirnos terminar esta esta etapa de nuestras vidas.

A la Escuela de Turismo Sostenible de Universidad Tecnológica de Pereira, por formarnos como tecnólogas en y acogernos con este proyecto.

A Andrés Rivera Berrio director del programa académico, por confiarnos su sueño de una Escuela Hotel.

A Sandra Gómez por su direccionamiento y asesoría

Al Ing. Gustavo de la Pava por su acompañamiento y asesoría

Y a todos los docentes de la Escuela de Turismo sostenible que de manera individual aportaron a la construcción del presente proyecto.

A los directivos y colaboradores de Movich Hotel de Pereira, que estuvieron siempre dispuestos y abiertos a colaborarnos.

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO.....	11
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
2. JUSTIFICACIÓN.....	21
3. OBJETIVOS.....	21
3.1. OBJETIVO GENERAL	22
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	22
4. MARCO REFERENCIAL	23
4.1. MARCO TEÓRICO	23
4.1.1 Universidad – Empresa - Estado	24
4.1.2 Ciclos propedéuticos	27
4.1.3 Economía – Naturaleza - Sociedad	28
4.1.4 Plan de negocios	29
4.2. MARCO LEGAL	30
4.2.1. Referente a prácticas empresariales, pasantías o contratos de aprendizaje.....	30
4.2.2 Ley 749 de julio de 2002 para la educación superior por ciclos propedéuticos dicta las siguientes disposiciones.	34
4.2.3. Ley 99 de 1993 (diciembre 22)	36
4.2.4. Ley 300 de 1996, ley general de turismo	38
4.2.5. Resolución 1558 de 2012	38
4.2.6. Resolución 2804 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (25 de junio de 2014)	40
4.3. MARCO SITUACIONAL.....	42
4.3.1 Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos.....	42
4.3.2. Panamá internacional School Hotel.....	46
4.3.3. Hoteles Escuela de Canarias HECANSA	47
4.3.4. I.E.S Hotel Escuela - Comunidad de Madrid.....	49
4.3.5. Teaching Hotel Chateau Bethlehem – Holanda	51
4.3.6. Escuela de Hostelería de Meliá Hotels International con sede en Granada y Sierra Nevada - España	53
4.3.7 La Casa Externadista- Bogotá (Colombia)	54
4.3.8 Hotel Escuela del Sena- Bogotá (Colombia).....	55
5. PLAN DE NEGOCIOS CON ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD	57
5.1. RESUMEN EJECUTIVO	57
5.2. ANÁLISIS TÉCNICO - OPERATIVO	58
5.2.1. Perfil, nivel de formación y criterios mínimos de contratación para cargos estratégicos en la industria hotelera.....	58

5.2.2. Necesidades de la UTP y del sector turístico.....	66
5.2.3. Modelo de rotaciones y productos de la escuela hotel.....	73
5.3. MODULO DE MERCADOS.....	88
5.3.1. Análisis del mercado	88
5.3.2. Investigación de mercados.....	93
5.3.3. Estrategias de comercialización.....	118
5.4. MODULO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	119
5.4.1. Misión.....	119
5.4.2. Visión.....	119
5.4.3. Objetivos organizacionales.....	119
5.4.3. Organización.....	120
5.5. ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS	123
5.5.1 Capital	123
5.5.2. Gastos y Costos de funcionamiento	125
5.5.3. Ingresos.....	128
5.5.4. Proyecciones de ventas.....	128
5.5.5. Estados financieros	133
5.6. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	138
5.6.1. Zonificación	138
5.6.2. Buenas prácticas ambientales	140
5.6.3. Criterios de sostenibilidad social.....	142
6. CONCLUSIONES.....	144
7. RECOMENDACIONES.....	146
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	147
9. ANEXOS.....	149

LISTA DE CUADROS

CUADRO NO 1: MODELO DE TRIPLE HÉLICE III	25
CUADRO NO 2: LISTADO DE HOTELES OBJETO DEL PRESENTE ESTUDIO	60
CUADRO NO 3: CARGOS EN LA INDUSTRIA HOTELERA PARA TÉCNICOS, TECNÓLOGOS Y PROFESIONALES EN ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE	61
CUADRO NO 4: PERFIL, NIVEL DE FORMACIÓN Y CRITERIOS MÍNIMOS DE CONTRATACIÓN PARA CARGOS ESTRATÉGICOS EN LA INDUSTRIA HOTELERA	62
CUADRO NO 5: MATRIZ D.O.F.A METODOLOGÍA UTILIZADA EN LAS PRÁCTICAS DE LA ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE	68
CUADRO NO 6: NECESIDADES DE CAPACITACIÓN PARA EL SECTOR TURISTICO.....	71
CUADRO NO 7: DESCRIPCIÓN GENERAL DE PRODUCTOS	74
CUADRO NO 8: COMPONENTES DEL PRODUCTO "AULA VIVA ATS-UTP"	78
CUADRO NO 9: MATRIZ MODELO DE ROTACIÓN AULA VIVA ATS-UTP PARA HOTELERÍA	83
CUADRO NO 10: MATRIZ MODELO ROTACIÓN AULA VIVA ATS-UTP PARA GASTRONOMÍA, EVENTOS Y CONVENCIONES.....	86
CUADRO NO 11: INSTITUCIONES EDUCATIVAS CON PROGRAMAS ACADÉMICOS EN TURISMO EN LA REGIÓN DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO	90
CUADRO NO 12: COMPETENCIA DIRECTA DEL PROYECTO ESCUELA HOTEL.....	92
CUADRO NO 13: DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS A TRAVÉS DE OBJETIVOS	104
CUADRO NO 14: AGRUPACIÓN DE PREGUNTAS ENCUESTAS SEGÚN OBJETIVO	112
CUADRO NO: 15 RESUMEN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	113
CUADRO NO 16: PROCESOS ESTRATÉGICOS Y TÁCTICOS DE LA ESCUELA HOTEL	122
CUADRO NO 17: PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL	123
CUADRO NO 18: GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS	125
CUADRO NO 19: PRESUPUESTO PARA COSTOS VARIABLES	127
CUADRO NO 21: RESUMEN DE INGRESO DE ESTUDIANTES AL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE	129
CUADRO NO: 22 PROYECCIÓN DE ESTUDIANTES MATRICULADOS EN QUINTO SEMESTRE DEL PROGRAMA EN ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE.....	131
CUADRO NO 23 PROYECCIÓN DE VENTAS PARA LOS PRÓXIMOS SEIS SEMESTRES EN EL PRODUCTO "AULA VIVA" (ROTACIONES).....	131
CUADRO NO: 24 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS A 31 DE DICIEMBRE DE 2017	133

CUADRO NO 25: BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE DE 2017 134
CUADRO NO 26 FLUJO DE CAJA ESCUELA HOTEL EN UN PERIODO DE 10 AÑOS..... 136
CUADRO NO 27: BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES 140
CUADRO NO 28: CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL 142

LISTA DE FOTOS

FOTO NO 1: INFRAESTRUCTURA COLEGIO UNIVERSITARIO HOTEL ESCUELA DE LOS ANDES VENEZOLANOS, (C.U.H.E.L.A.V).....	43
FOTO NO 2: COLEGIO UNIVERSITARIO HOTEL ESCUELA DE LOS ANDES VENEZOLANOS, (C.U.H.E.L.A.V)....	43
FOTO NO 3: VENEZOLANA DE TURISMO S.A. (VENETUR)	45
FOTO NO 4: VENEZOLANA DE TURISMO S.A. (VENETUR)	46
FOTO NO 5: HECANSA (HOTEL ESCUELA DE SANTA BRÍGIDA-CANARIAS).....	48
FOTO NO 6: I.E.S HOTEL ESCUELA- COMUNIDAD DE MADRID	51
FOTO NO 7: TEACHING HOTEL CHATEAU BETHLEHEM – HOLANDA	52
FOTO NO 8: ESCUELA DE HOSTERÍA DE MELIÁ HOTELS INTERNACIONAL CON SEDE EN GRANADA Y SIERRA NEVADA ESPAÑA.	53
FOTO NO 9: HOTEL ESCUELA DEL SENA. BOGOTÁ - COLOMBIA	56
FOTO NO 10: CAMPUS UNIVERSITARIO UTP.....	97
FOTO NO 11: FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES DE LA UTP	98
FOTO NO 12: PREDIO QUE ANTECEDIÓ EL HOTEL DE PEREIRA.....	99
FOTO NO 13: IMAGEN AÉREA DEL HOTEL MOVICH	100
FOTO NO 14: IMAGEN LATERAL DEL HOTEL MOVICH	101
CUADRO 20: PRESUPUESTO DE INGRESOS SEMESTRALES	128
FOTO NO 15: UBICACIÓN DEL HOTEL MOVICH EN EL MUNICIPIO DE PEREIRA	139
FOTO NO 16: UBICACIÓN DEL HOTEL MOVICH DENTRO DE LA AVENIDA CIRCUNVALAR EN EL MUNICIPIO DE PEREIRA.....	140

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo A: Modelo de lista de chequeo para evaluación de la rotación.....	147
Anexo B: Cronograma de actividades de investigación de mercados.....	175
Anexo C: Cuadro resumen de la población objeto de estudio.....	178
Anexo D: Encuesta para actuales estudiantes de la escuela de turismo Sostenible de la universidad tecnológica de Pereira.....	180
Anexo E: Encuesta para bachilleres (mercado potencial).....	185
Anexo F: Encuesta para estudiantes de otras instituciones.....	192
Anexo G: Encuesta para funcionarios de la industria hotelera.....	196
Anexo H: Escala mínimo remuneración 2013.....	200
Anexo I: Desglose del presupuesto de la inversión inicial.....	201
Anexo J: Propuesta distribución de espacios en Movich Hotel.....	201
Anexo K: Depreciación anual de activos fijos.....	201

GLOSARIO

Ciclo Propedéutico: Los ciclos son unidades interdependientes, complementarias y secuenciales; mientras que el componente propedéutico hace referencia al proceso por el cual se prepara a una persona para continuar en el proceso de formación a lo largo de la vida, en este caso particular, en el pregrado.

En consecuencia, un ciclo propedéutico se puede definir como una fase de la educación que le permite al estudiante desarrollarse en su formación profesional siguiendo sus intereses y capacidades

Convention Bureau: Es un tipo de organización sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es posicionar ciudades, regiones o países en el mercado como lugar para celebrar reuniones. Además ayudan a sus destinos a lograr un desarrollo en el largo plazo bajo estrategias de turismo, viajes y reuniones.

Competencias: Actuaciones integrales para identificar, interpretar, argumentar y resolver problemas del contexto con idoneidad y ética, integrando el saber ser, el saber hacer y el saber conocer.

Curso: Actividad que se imparte con fines de actualización; consiste en la enseñanza de asignaturas básicas de la materia en su expresión moderna. Para este tipo de actividad académica se considera una duración de 40 horas, es decir, cinco jornadas de ocho horas cada una.

Curso-taller: Actividad destinada a satisfacer necesidades combinadas de actualización y adiestramiento en materias específicas. Comprende sesiones teórico-prácticas donde los participantes desarrollarán ejercicios y actividades de investigación, análisis y acopio de información vinculada al tema, para generar productos tangibles como presentaciones o ensayos. De igual forma que en los cursos, para este tipo de actividad académica se considera una duración de 40 horas, es decir, cinco jornadas de ocho horas cada una.

Diplomado: Actividad formativa de nivel de posgrado que, aun cuando no concede grado académico, acredita una orientación especializada en el campo de una disciplina. Los diplomados tienen una duración mínima de 120 horas.

Ecosistema Turístico: Escenario turístico caracterizado por el equilibrio dinámico existente entre las partes que lo componen, y por el contenido cultural de las prácticas turísticas que en él se llevan. (Molina 85)

Extensión: Es la interacción de la Universidad con la sociedad en los diferentes campos del saber para validar, construir o transferir conocimiento que genere desarrollo social, cultural e institucional. La extensión comprende los programas de educación permanente, cursos, seminarios y demás programas destinados a la difusión de los conocimientos, al intercambio de experiencias, así como las actividades de servicio tendientes a procurar el bienestar general de la comunidad y la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

Investigación: Proceso sistemático y crítico de creación del conocimiento.

Innovación: Es la transformación, creación o gestión de conocimiento que agrega valor a un proceso, producto o teoría para solucionar problemas.

Seminario: Actividad de intercambio académico, su objetivo es el debate de diversos enfoques para analizar y proponer opciones de solución a problemas específicos. Consiste en la reunión de expositores especializados y requiere de un auditorio conocedor del tema. En lo que respecta a este Centro, se ha contemplado para los seminarios una duración variable que oscila entre tres y cinco jornadas, de ocho horas cada una, es decir, entre 24 y 40 horas.

Seminario investigativo: El Seminario es un grupo de aprendizaje activo pues los participantes no reciben la información ya elaborada como convencionalmente se hace, sino que la buscan, la indagan por sus propios medios en un ambiente de recíproca colaboración.

Spin off: En los términos del instituto interamericano de la Unesco para la educación superior para América Latina y del Caribe lesalc-Unesco 2008, consiste en la transferencia de conocimiento a través del emprendimiento, las spin off son iniciativas empresariales de base científica y tecnológica que se encuentran en una fase madura.

Sustentabilidad: Se refiere al mantenimiento del equilibrio de las relaciones de los seres humanos con el medio, logrando el desarrollo económico mediante el avance de la ciencia y la aplicación de la tecnología, sin dañar la dinámica del medio ambiente.

“proveer liderazgo y compromiso mutuo en el cuidado del medioambiente inspirando, informando y posibilitando a las naciones y las personas el mejoramiento de su calidad de vida sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras.”

“La capacidad de sostenimiento es la actividad máxima que puede mantener un sistema sin degradarse en el largo plazo.”

Turismo: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Turismo Sostenible: El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

RESUMEN

El presente proyecto de grado, formula un plan de negocios para la creación de una Escuela Hotel, como unidad de negocio, basado en la triada UNIVERSIDAD – EMPRESA – ESTADO; enfocando sus esfuerzos en el caso de estudio entre la Escuela de Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira y Movich hotel de Pereira y delimitando su alcance a los subsectores del turismo comprendidos en la hotelería, establecimientos gastronómicos, eventos y convenciones.

Se desarrolla una revisión de las experiencias similares a nivel mundial, un análisis técnico – operativo con la creación de 14 productos en formación práctica, una investigación de mercados con estrategias de comercialización, una estructura organizacional y legal además de las proyecciones y estados financieros necesarios para funcionamiento de la Escuela Hotel como unidad de negocio.

Por último se incluyen una serie de conclusiones y recomendaciones a la Escuela de Turismo Sostenible, que es la llamada a darle vida a este proyecto.

ABSTRACT

This Project proposes as a business plan for the creation of a Hotel School, based on the triad University-Enterprise-State; focused on the case study between the tourism school of the Universidad Tecnológica de Pereira and Movich Hotel de Pereira, included the sub-sectors of the tourism such as: Hotels, restaurants, events and conventions.

Was checked similar experiences at the global level, a technical analysis-operational with the creation of 14 products in training, a market research with marketing strategies, organizational and legal structure as well as projections and financial statements necessities for operation of the hotel School as business unit develops.

Finally some conclusions and recommendations to the sustainable tourism school, who is called to give life to this project.

INTRODUCCIÓN

El sector turístico se ha mostrado en los últimos años como uno de los sectores más prometedores y con mayor desarrollo a nivel mundial. Según la Organización Mundial del Turismo OMT: “Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave para el progreso socioeconómico”¹.

Actualmente Colombia se ha fortalecido como atractivo turístico a nivel latinoamericano y como consecuencia, los planes locales y regionales de desarrollo se han ceñido a esta realidad y han convertido el fortalecimiento de esta actividad en una de sus estrategias de crecimiento económico, con positivos resultados reflejados en el número de visitantes extranjeros. Tal como lo dice el informe turístico de extranjeros en Colombia de Proxport, en el periodo de enero a junio de 2013, se ha presentado un incremento del 7.2% frente al mismo periodo del año anterior y este mismo informe reporta un crecimiento sostenido del 7% del 2004 al 2012².

Crecimiento que si bien ha traído grandiosos beneficios para las ciudades y regiones, también abrió el telón de un escenario de relaciones dependientes entre las actividades de todos los actores que lo componen totalmente desarticuladas, entre las que están las Universidades y en general las instituciones educativas, los centros de Investigación, las entidades públicas, la empresa privada, los establecimientos turísticos, la población y el visitante o cliente (el turista).

El surgimiento de un Ecosistema Turístico, caracterizado por el equilibrio dinámico existente entre las partes que lo componen, y por el contenido cultural de las prácticas turísticas que en él se llevan, ofrece una plataforma para la formulación de una estrategia innovadora que permite integrar varios sectores de manera dinámica, productiva y rentable en pro de un desarrollo sustentable y económico

¹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. OMT. 3rd international conference on tourism & the media. [en línea]. Disponible en: [<http://www2.unwto.org/es>]

² PROEXPORT COLOMBIA. Informe turismo extranjero en Colombia cifras de enero – junio de 2013. Disponible en línea: [http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/informe_proexport_turismo_extranjero_en_colombia_a_junio_2013_version_final_3.pdf]

para las regiones. Es por esto que las relaciones Universidad – Empresa – Estado en el presente proyecto aportan dicho equilibrio dinámico permitiéndole a cada sector potencializar su aporte dependiendo de las necesidades del otro.

En este sentido, el vínculo UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO es una estrategia formulada desde el sector educación para la promoción de la pertinencia y la competitividad según el Ministerio de Educación Nacional, concepto que nace de la conclusión: “Que para que el país y las regiones alcancen mayores niveles de desarrollo, es necesario superar la ruptura existente entre el mundo empresarial y el académico”³.

Desde el perfil del tecnólogo en gestión de procesos del turismo sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira, se cuenta con la capacidad de formular y desarrollar planes de negocios turísticos sostenibles desde una visión de gestión interdisciplinaria⁴, enfocando las propuestas y empeño en transferir el conocimiento en aras de una articulación estratégica para los actores que intervienen en el diseño de un producto de alta calidad: la ciudad de Pereira como atractivo turístico.

En este contexto y siguiendo la ruta de acercamiento del visitante a la ciudad, el hospedaje es de las principales y de las primeras necesidades que éste busca satisfacer antes de viajar. Con el pasar del tiempo y la diversificación de las necesidades del turista, la hotelería ha evolucionado y ha pasado de ser solo un proveedor de alojamiento a ser una increíble plataforma de servicios adicionales que lo convierten en todo un menú de soluciones en cuanto al motivo del viaje respecta: paquetes turísticos, salas de negocios, centros de relajación, recreación, entre otros.

Esta propuesta pretende establecer un modelo de articulación de dos entidades muy representativas de la ciudad de Pereira, enfocado por un lado al fortalecimiento de la capacidad formativa de la universidad como fuente de talento humano, mediante la práctica del estudiante en un escenario de la vida real; y por el otro a la transferencia de conocimiento desde la academia hacia la empresa, con el fin de operar bajo un modelo en espiral de retroalimentación y mejoramiento

³ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Universidad-Empresa-Estado. Grupo de investigación sobre el desarrollo regional y ordenamiento territorial. Disponible en línea: [<http://cultural.uis.edu.co/files/UNIVERSIDAD.pdf>].

⁴ Perfil profesional del tecnólogo en Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira. Disponible en línea: [<http://ambiental.utp.edu.co/admin-turismo-sostenible/ciclo-tecnologico>]

continuo entre las dos partes, impulsados por el objetivo de ofertar un servicio de calidad al turista, desde el arribo a nuestra ciudad, involucrando a los estudiantes de la universidad en cada área de servicios que el hotel ofrece y estos a su vez, fortaleciendo la compañía desde adentro, desde cada área que lo configura.

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo, más que un sector económico, es un fenómeno mundial que afecta el factor social, político y cultural del territorio donde tiene lugar. Álvarez (2010), atribuye este fenómeno al avance tecnológico en los medios de transporte, las modificaciones sociales que favorecen la existencia de tiempo libre y ocio y las condiciones políticas que se traducen en acuerdos sobre la movilidad de las personas y del capital; esta actividad soporta alrededor del 11% del empleo mundial, el 9% del P.I.B universal, el 6% del comercio internacional y el 29% de exportaciones de servicios (Panorama OMT del turismo internacional, edición 2014). Y continúa creciendo.

Pero el incremento del movimiento turístico puede generar impactos negativos, como procesos inflacionistas, utilización de productos escasos en una sola actividad, estructura productiva de monocultivo turístico con dependencia elevada, donde la inversión extranjera tiene presencia destacada, ocasionando beneficios repatriados y no reinvertidos, los altos cargos son ocupados principalmente por foráneos, dejando los empleos de menor cualificación a los residentes locales.

En virtud de lo anterior, el desarrollo de un turismo planificado, requiere de manejo profesional, pero, ¿Cómo pretender hacerlo sin disponer del conocimiento necesario?, es aquí en donde debe manifestarse el aporte crucial de la Universidad, que a través de sus funciones de docencia, investigación y extensión, es la llamada a respaldar científicamente los procesos de cambio social, crecimiento y desarrollo territorial (Boisier 1994).

Hay en el mundo múltiples experiencias que demuestran la vinculación de la universidad y la empresa en la conformación de hoteles escuela que permiten fusionar la teoría y la práctica en pro de la cualificación de las personas, y por ende el desarrollo planificado del sector turístico desde las capacidades locales. Es el caso de Venezuela, Panamá, España y Holanda en donde con diferentes metodologías, alcance e ideología se ha trabajado al respecto.

La declaratoria como Patrimonio de la humanidad del Paisaje Cultural Cafetero, compromete un trabajo de región en donde se conjugan las voluntades institucionales, sectoriales, políticas y comunitarias de los departamentos de Quindío, Risaralda, Caldas y Valle, para proyectar la zona como un destino cultural y turístico de clase mundial (Plan departamental de desarrollo de Risaralda 2012-2015). Sobre este tema, el documento de diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero (2013), señala seis estrategias puntuales para lograr dicho objetivo, de donde se destaca la estrategia de formar el talento humano.

El considerable número de Proyectos a los que le apuesta la región y la ciudad de Pereira, como el Parque Temático de Flora y Fauna, la modernización del Aeropuerto Internacional Matecaña, el Parque Arqueológico e Histórico del Salado Consootá, las reformas y creación de nuevos hoteles, el inicio de obras en febrero de 2015 del Centro de Convenciones de Pereira acompañado del Pereira Convención Bureau como estrategia de posicionamiento regional en reuniones, eventos, convenciones, ferias y congresos⁵ y las crecientes inversiones públicas y privadas, evidencian y potencializan la necesidad de profesionales capacitados, con una visión vanguardista, innovadora y emprendedora, que integren sus ideas al mejoramiento de los servicios ofrecidos por las empresas turísticas mediante estándares de calidad y de rentabilidad.

Si bien existe el Interés de la academia por brindar una oferta educativa especializada y orientada a dar respuesta a la demanda del sector, mediante la formación de profesionales en los perfiles exactos que se requieren, a través de herramientas pedagógicas como son las prácticas empresariales; los resultados obtenidos del estudio de mercado realizado en el presente trabajo en hoteles corporativos de la ciudad, reflejan que un 94% de los empleados de turismo están de acuerdo que deben existir escenarios no solo académicos sino prácticos para lograr un mejor desempeño y mayor aporte al sector.

⁵ CAMARA DE COMERCIO. Pereira tendrá Bureau de Convenciones. Disponible en línea: [http://www.camarapereira.org.co/es/ieventos/ver/1444/pereira_tendra_bureau_de_convenciones/]. consultado 21 de enero de 2015

2. JUSTIFICACIÓN

Como lo dice el Plan Regional de Competitividad del Área Metropolitana Centro Occidente, el departamento de Risaralda debe priorizar el programa UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO, donde el desafío está, en cómo producir bienes y servicios capaces de competir exitosamente en los mercados internacionales.⁶

En turismo, un servicio competitivo es directamente proporcional a la capacitación del talento humano que lo presta, y es por esto que la academia requiere analizar las posibles herramientas y metodologías necesarias para facilitar la formación práctica de los estudiantes, permitiéndoles elevar los conocimientos adquiridos en las aulas de clase y potencializando sus capacidades investigativas y de emprendimiento; de tal manera que se le entregue a la industria hotelera profesionales con las capacidades requeridas por esta y que éstos a su vez implementen y aporten durante su tiempo de aprendizaje, proyectos y acciones de mejora.

En este sentido, la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) con su programa en Administración del turismo sostenible (ATS) y la cadena Movich Hotels and Resorts, con una infraestructura instalada y experiencia hotelera, propician la idea de crear una alianza estratégica que brinde a Pereira una Escuela Hotel, con la capacidad suficiente de formar profesionales, altamente capacitados; iniciativa para apoyar el fortalecimiento del sector turístico de manera integral, sostenible y conveniente para todos los involucrados.

A partir de la impronta que ostenta el programa académico en mención y de la importancia de un turismo planificado y bien pensado, “SOSTENIBILIDAD” en todas sus dimensiones, económica, ambiental y socio cultural es lo más importante en la propuesta, donde abogar por un turismo sostenible, que atienda las necesidades actuales del turista y al mismo tiempo proteja y fomente el bienestar de la región de cara al futuro, será el reto del modelo de formación por rotaciones que configura esta propuesta, concentrándose en la hotelería, establecimientos gastronómicos, eventos y convenciones.

3. OBJETIVOS

⁶ Plan Regional de Competitividad de Risaralda. Disponible en línea: [http://www.amco.gov.co/Gaceta/1._Resumen_Introductorio.pdf].

3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios de una escuela hotel con énfasis en hotelería, establecimientos gastronómicos, eventos y convenciones, sobre la base de la sostenibilidad y en alianza con Movich Hotel de Pereira.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Realizar un análisis técnico y operativo, que permita caracterizar la oferta de productos y servicios para la escuela hotel.
- ✓ Investigar las condiciones actuales del mercado, para definir las estrategias de comercialización y penetración del mismo.
- ✓ Estructurar el convenio marco entre las partes involucradas, en términos legales y organizacionales.
- ✓ Determinar la inversión inicial y las proyecciones financieras necesarias para alcanzar el punto de equilibrio de la escuela hotel.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. MARCO TEÓRICO

La perspectiva teórica desde la cual se aborda el tema de estudio parte de una reconsideración de la relación existente entre la educación, el capital humano y la inserción del egresado en el mundo laboral, en oficios asociados al turismo. Relación que aborda por ejemplo, la investigadora Adriana María Otero, directora de CEPLADES (Centro de estudios para la planificación y desarrollo turístico sustentable), área dependiente de la facultad de turismo de la Universidad Nacional de Camahue en Argentina, quien afirma: “Es necesario terminar con la educación para la pasividad y reformar la educación para la iniciativa”⁷. En contraste con los planteamientos de la OMT⁸ (Organización Mundial del Turismo) cuando menciona. “Una formación adecuada debe ofrecer a los futuros profesionales capacidades básicas para el empleo, saber comunicarse, adaptarse, colaborar, pensar, resolver problemas, tomar decisiones, saber buscar, encontrar y mantenerse en el trabajo”; considerándose que debe haber un balance entre la formación para el trabajo, la educación, la investigación, y la creatividad que estimule el desarrollo sostenible del sector turístico.

Es por esto que, la educación debería siempre estar acompañada de la parte conceptual en el aula y de las vivencias experienciales como lo expresa Amparo Sancho: “El factor determinante del éxito de los estudios turísticos, está en el balance equilibrado entre la teoría y la práctica, la carencia de formación práctica en turismo es un factor clave en el desequilibrio existente entre las necesidades del sector y los graduados que están egresando en los procesos de formación actuales”⁹.

⁷ Adriana María Otero. “La formación de recursos humanos en turismo y recreación para la competitividad regional para la Patagonia Argentino Chilena”. [en línea]. Aportes y Transferencias, Vol. 10, Núm. 1, sin mes, 2006, Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en: [<http://nulan.mdp.edu.ar/315/1/Apo2006a10v1pp62-77.pdf>]. p. 64

⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Empleo en la industria del turismo. 1995

⁹ Amparo Sancho. Calidad de educación, un reto para el sector turístico. Instituto de estudios turísticos D.G. de política turística. [En línea]. Disponible en [<http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-119-120-pag23-28-70856.pdf>] 1993. pág. 23-28

4.1.1 Universidad – Empresa - Estado

El vínculo UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO es una estrategia formulada desde el sector educación para la promoción de la pertinencia y la competitividad según el Ministerio de Educación Nacional, concepto que nace de la conclusión: “Que para que el país y las regiones alcancen mayores niveles de desarrollo, es necesario superar la ruptura existente entre el mundo empresarial y el académico”¹⁰.

Como bien lo menciona el artículo: Modelos y mecanismos de interacción UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO: “Algunos de los retos que tienen las universidades Colombianas, están relacionados con el desafío de incrementar sus capacidades de investigación, su acumulación y transferencia de conocimiento, mejorar sus políticas de propiedad intelectual y construir su propio modelo de interacción y a partir de sus capacidades internas y del contexto en el cual están inmersas.”¹¹ Además actualmente las funciones misionales o sustantivas de la universidad son: La formación o docencia, la investigación y la extensión, siendo esta última el elemento dinamizador que facilita el flujo continuo de conocimientos compartidos entre la universidad y la sociedad. (Morales et ál., 2010), en donde se aplica el conocimiento a la satisfacción de necesidades o a la resolución de problemas del medio, ejerciendo formación en áreas como el emprendimiento, la innovación, el liderazgo y la responsabilidad social, ya que los conocimientos no solo se producen y transmiten, sino que se registran, se aplican, se patentan, se comercializan, se asocian, se exportan y se importan.

Con el fin de enmarcar la función de extensión de las universidades en un modelo que fuera entendible y aplicable, a través de la historia se ha pasado por varios planteamientos, que finalmente dieron lugar al modelo de triple hélice III¹², que explica de manera clara e integradora de los demás

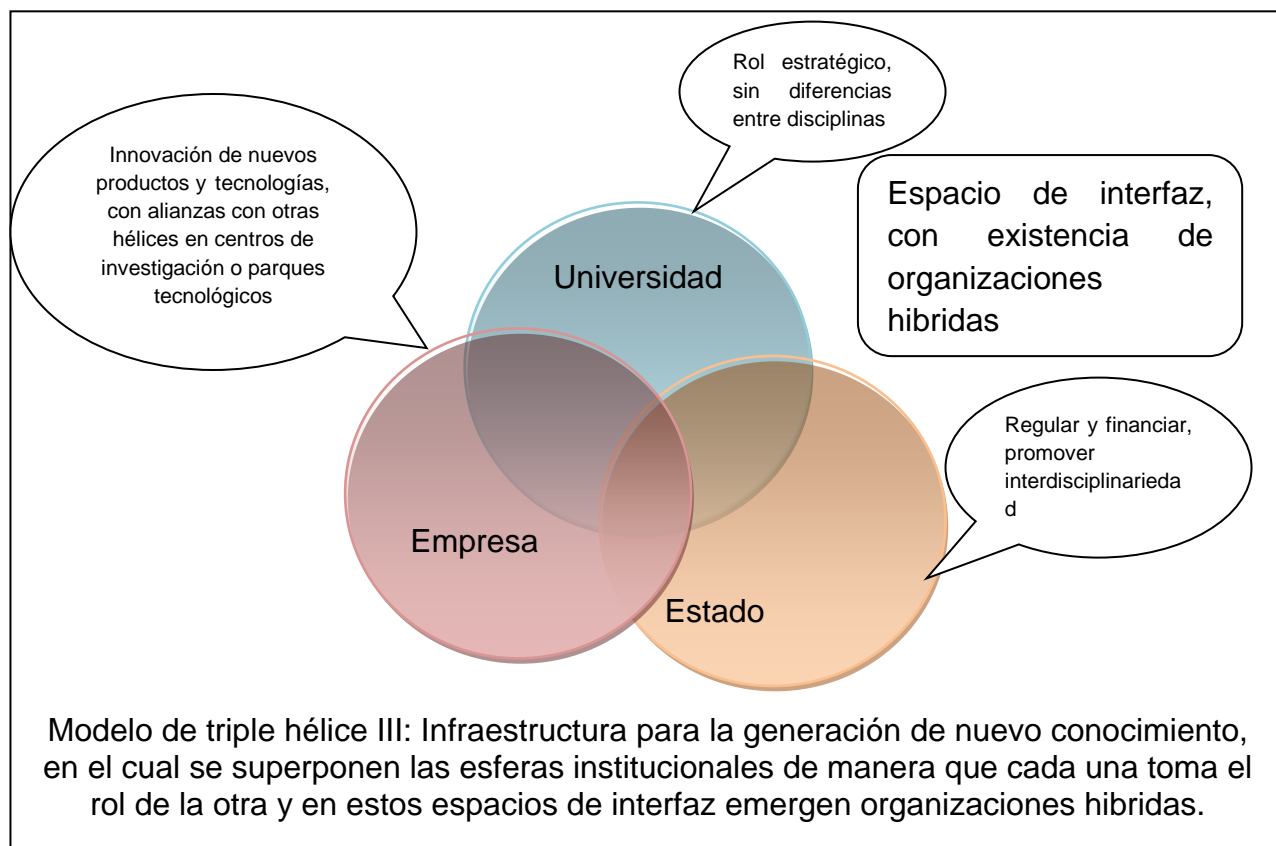
¹⁰ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Universidad-Empresa-Estado. Grupo de investigación sobre el desarrollo regional y ordenamiento territorial. Disponible en línea: [<http://cultural.uis.edu.co/files/UNIVERSIDAD.pdf>].

¹¹ Márquez Pineda Katherine et al. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-Empresa-Estado: Retos para las universidades Colombianas. Disponible en línea [<http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ls/article/download/509/429>]. Pág. 2

¹² EL MODELO DE LA TRIPLE HÉLICE COMO UN MEDIO PARA LA VINCULACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD Y EMPRESA [En Línea] disponible <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan044042.pdf>

modelos, la relación entre UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO, en donde se propone la visión de la universidad emprendedora, a partir de su estructura y funciones académicas¹³.

Cuadro No 1: Modelo de triple hélice III



Fuente: grafica elaborada con base en Márquez Pineda Katherine et al. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-Empresa-Estado¹⁴

De la misma manera existen mecanismos que permiten aplicar estos conocimientos en contextos reales en la práctica, entre los que se cuentan

¹³ Márquez Pineda Katherine et al. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-Empresa-Estado: Retos para las universidades Colombianas. Disponible en línea [file:///C:/Users/jorge%20mario/Downloads/193-409-1-SM.pdf]. Pág. 10

¹⁴ Modelos y mecanismos de interacción Universidad-empresa-Estado: retos para las universidades colombianas [En línea] file:///C:/Users/Carmen/Downloads/509-1029-1-SM.pdf

las spin off¹⁵, spin out¹⁶ y start ups¹⁷, las oficinas de transferencia tecnológica¹⁸, las incubadoras de empresas, los parques científicos y tecnológicos¹⁹, las pasantías y prácticas profesionales, las consultorías, los programas de educación continuada, los centros de investigación cooperativa y de tecnología, las organizaciones regionales de innovación, las alianzas estratégicas o consorcios, los centros o unidades empresariales y las políticas institucionales y nacionales, entre otros.

En Colombia uno de los avances importantes para el fortalecimiento de las relaciones Universidad-entorno, se ha dado a través de la creación, a partir de 2007, de 8 comités Universidad-empresa-Estado, promovidos por el Ministerio de Educación Nacional y Colciencias. Estos comités se encuentran en Bogotá, Antioquia, Santander, Valle del Cauca, Eje cafetero, Tolima-Huila y Nariño-Cauca²⁰

La Universidad Tecnológica de Pereira, hace parte de la fundación UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO eje cafetero, la cual permite identificar y movilizar recursos, con el fin de satisfacer las necesidades del sector productivo a través de una intervención de la academia en el desarrollo de conocimiento.²¹

¹⁵ Spin off: En los términos del instituto interamericano de la Unesco para la educación superior para América Latina y del Caribe Iesalc-Unesco 2008, consiste en la transferencia de conocimiento a través del emprendimiento, las spin off son iniciativas empresariales de base científica y tecnológica que se encuentran en una fase madura.

¹⁶ Spin out: Son iniciativas empresariales surgidas de la independencia de una sección o un área de una empresa de base tecnológica (Etzqowitz, 2002).

¹⁷ Start ups: son los emprendimientos de base científica y tecnológica jóvenes y surgidas de procesos de incubación. CONDICIONES INSTITUCIONALES PARA LA CREACIÓN DE UNA SPIN-OFF ACADÉMICA: CASO, LA FACULTAD DE MINAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA (Vélez, Jiménez 2011)

¹⁸ Oficinas de transferencia tecnológica: Son organizaciones híbridas que se centran en identificar las necesidades tecnológicas de los sectores socioeconómicos, y favorecen la transferencia de tecnología entre el sector público y privado. Márquez Pineda Katherine et al. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-Empresa-Estado

¹⁹ Los parques científicos y tecnológicos: Son estructuras que estimulan y gestionan el flujo de conocimiento y la tecnología entre universidades, instituciones de investigación, empresas y mercados; impulsan la creación y el crecimiento de empresas innovadoras mediante mecanismos de incubación y generación centrifuga (spin off).

²⁰ Márquez Pineda Katherine et al. Modelos y mecanismos de interacción Universidad-Empresa-Estado: Retos para las universidades Colombianas. Disponible en línea [file:///C:/Users/jorge%20mario/Downloads/193-409-1-SM.pdf]. Pág. 18

²¹Centro Virtual de Noticias de la Educación [En línea] disponible <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-160402.html>

4.1.2 Ciclos propedéuticos

Con la formación por ciclos propedéuticos, las instituciones de educación superior-IES- tienen una oportunidad para organizar sus programas académicos en forma coherente y coordinada, y vincularlos además con los sectores productivos. Adicionalmente, permiten la movilidad tanto en el sistema como en el mundo laboral, lo que enriquece la formación del individuo de acuerdo con el contexto en el que se desenvuelve.

Los ciclos son unidades interdependientes, complementarias y secuenciales; mientras que el componente propedéutico hace referencia al proceso por el cual se prepara a una persona para continuar en el proceso de formación a lo largo de la vida, en este caso particular, en el pregrado; se da en tres etapas: técnico profesional (cuatro semestres, tecnólogo (tres semestres) y profesional (tres semestres) para un total de cinco años.

De acuerdo con la ley 749 de 2002, el primer ciclo abarca la formación técnica profesional, que comprende tareas relacionadas con actividades técnicas que puedan realizarse automáticamente, el segundo ciclo tiene que ver con la formación tecnológica, la cual desarrolla “responsabilidades de concepción, dirección y gestión” y, el tercer ciclo es el profesional, el cual “permite el ejercicio autónomo de actividades profesionales de alto nivel, e implica el dominio de conocimientos científicos y técnicos”²².

La educación por ciclos propedéuticos, debe estar basada en la educación por competencias, toda vez que en la era de la globalización las sociedades han experimentado grandes cambios en los diferentes aspectos de la vida humana y los cambios sociales que ha traído la llegada de la sociedad postindustrial, más conocida como sociedad de la información que, con el avance tecnológico logrado en las telecomunicaciones, la informática, los medios de transporte y en la industria en general ha convertido las sociedades cerradas en sociedades abiertas a la llamada aldea global.

²² MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR. Formación por ciclos propedéuticos. Disponible en línea [<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196476.html>].

Esto exige del ser humano una mayor capacidad de adaptación al medio, reflejada en la autonomía requerida para llevar a cabo los procesos que hacen parte de la cotidianidad. Exige autonomía en el trabajo, autonomía para pensar y en el marco de la educación autonomía para aprender.²³

Es por esto que como lo dice (Tobón, 2008), “Procesos complejos de desempeño deben integrar diferentes saberes, como saber ser, saber hacer, saber conocer y saber convivir.....con la meta de contribuir al desarrollo personal, la construcción y afianzamiento del tejido social, la búsqueda continua del desarrollo económico-empresarial sostenible, y el cuidado y protección del ambiente y de las especies vivas²⁴

En conclusión la fusión entre la teoría y la práctica, el concepto UNIVERSIDAD –EMPRESA - ESTADO, los ciclos propedéuticos y la educación por competencias, constituyen las herramientas que permiten la creación de alianzas entre la academia y el sector privado, incluyendo la sociedad civil y el entorno, para desarrollar acciones coordinadas de mutuo beneficio.

4.1.3 Economía – Naturaleza - Sociedad

Por otro lado la triada economía - naturaleza - sociedad nos muestra una estructura que integra conceptos que están actualmente fragmentados y que para volver a ellos debemos entender que significan:

Triada es un conjunto de tres elementos especialmente vinculados entre sí, la expresión de tal vínculo triádico refleja la existencia de una peculiar estructura de pensamiento que agrupa de tres en tres los conceptos²⁵.

²³ Walter Alfredo Salas Zapata. Formación por competencias en educación superior, una aproximación conceptual a propósito del caso Colombiano. Universidad de Antioquia. Disponible en línea: [<http://www.rieoei.org/deloslectores/1036Salas.PDF>].

²⁴ Sergio Tobón. la formación basada en competencias en la educación superior, el enfoque complejo. universidad autónoma de Guadalajara. Disponible en línea [<http://www.conalepfresnillo.com/images/stories/conalep/Formaci%C3%B3n%20basada%20en%20competencias.%20Sergio%20Tob%C3%B3n.pdf>].

²⁵ Definición de triada. Disponible en línea: [<http://es.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%ADada>].

La economía por su parte según la RAE (Real Academia De La Lengua), se define desde: 1. Administración eficaz y razonable de los bienes. 2. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. 3. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos (1)²⁶, y según el economista inglés Alfred Marshall (1842-1924), “la economía es la ciencia que examina la parte de la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar”²⁷.

La Naturaleza a su vez tiene varias definiciones dependiendo del contexto en el que se esté hablando, para la triada se toma la definición de la RAE: “Principio universal de todas las operaciones naturales e independientes del artificio”²⁸.

Además según el RAE, sociedad es la agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

Es por esto que el gran reto de la escuela hotel es lograr que el estudiante además de tener claros estos conceptos, los aplique en su vida profesional de manera integral.

4.1.4 Plan de negocios

A continuación se define el concepto de plan de negocios, el que concierne al presente trabajo al ser este el fin del mismo.

Según la guía para la elaboración de un plan de negocios con enfoque hacia la sostenibilidad, elaborado por la Universidad Externado de Colombia en su facultad de Administración de Empresas Turísticas Hoteleras, un plan de negocios es “*un instrumento que permite concretar las estrategias de*

²⁶ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Definición disponible en línea [<http://www.rae.es>].

²⁷ Méndez, J. Silvestre. Fundamentos de economía 3^{era} Edición. Disponible en línea Pág. 11.

²⁸ [En Línea] disponible <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=mZWdUpzOaDXX2FnA9UmO>

negocio en términos técnicos, económicos, tecnológicos, ambientales y financieros, es una forma de pensar hacia el futuro: a donde ir, como ir rápidamente o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos. Este instrumento debe argumentar tanto a corto como mediano plazo los servicios que se ofrecen, las oportunidades de mercado que poseen y como está dotado de recursos tangibles e intangibles que le permitan la competitividad en el mercado y la introducción de efectos diferenciadores entre competidores y aliados”.

Y concluye diciendo “*El plan de negocios reúne en un documento único, toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha”.*

4.2. MARCO LEGAL

4.2.1. Referente a prácticas empresariales, pasantías o contratos de aprendizaje

Las prácticas empresariales, pasantías o contratos de aprendizaje en Colombia están regulados por el Ministerio de Protección Social en unión con el Congreso de la República y el Ministerio de Educación, quienes a través de decretos y leyes reglamentan la operación entre instituciones educativas, estudiantes y empresas.

Con el objetivo de conocer y ubicar dentro del presente proyecto todas las disposiciones legales que enmarcan las prácticas empresariales, pasantías o contratos de aprendizaje en Colombia, a continuación se relacionan las leyes y decretos más relevantes sobre el tema:

Decreto 933 del 11 de abril de 2003 del Ministerio de Protección Social:

En el artículo No 1 características del contrato de aprendizaje: El contrato de aprendizaje es una forma especial de vinculación dentro del Decreto Laboral, sin subordinación y por plazo no mayor a dos (2) años en la que una persona natural recibe formación teórica en una entidad de formación autorizada con el auspicio de una empresa patrocinadora que suministra los medios para que adquiera formación profesional metódica y completa

requerida en el oficio, actividad u ocupación dentro del manejo administrativo, operativo, comercial o financiero propios del giro ordinario de las actividades del patrocinador con exclusividad en las actividades propias del aprendizaje y el reconocimiento de un apoyo de sostenimiento que garantice el proceso de aprendizaje y el cual, en ningún caso, constituye salario²⁹.

4.2.1.2. Artículo 7°, Practicas y/o Programas que no constituyan Contratos de Aprendizaje.

No constituyen contratos de aprendizaje, las siguientes prácticas educativas o de programas sociales o comunitarios:

Las Actividades desarrolladas por los estudiantes universitarios a través de convenios suscritos con las instituciones de Educación Superior en calidad de pasantías que sean prerequisites para la obtención del título correspondiente.

Las practicas asistenciales y de servicio social obligatorio de las áreas de la salud y aquellas otras que determine el Ministerio de la Protección Social.

Las prácticas que sean parte del servicio social obligatorio, realizadas por los jóvenes que se encuentran cursando los dos (2) últimos grados de educación lectiva secundaria, en instituciones aprobadas por el Estado.

Las practicas que se realicen en el marco de Programas o Proyectos de Protección Social adelantados por el Estado o por el sector privado, de conformidad con los criterios que establezca el Ministerio de la Protección Social.

²⁹MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto 933. Contrato de aprendizaje. [En línea]. Disponible en: [http://web.presidencia.gov.co/sp/2009/abril/17/proyecto_decreto.pdf].

4.2.1.3. Ley 30 de 1992 y 115 de 1994 del Congreso de la República

Las prácticas con estudiantes universitarios, técnicos o tecnológicos que las empresas establezcan directamente o con instituciones de educación aprobadas por el Estado de acuerdo con las leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás disposiciones que las adicionen, modifiquen o sustituyan que establezcan dentro de su programa curricular éste tipo de prácticas para afianzar los conocimientos teóricos sin que, en estos casos, haya lugar a formación académica, circunscribiéndose la relación al otorgamiento de experiencia y formación práctica empresarial, siempre que se trate de personas adicionales respecto del número de trabajadores registrados en el último mes del año anterior en las cajas de compensación familiar³⁰.

Esta ley busca que las empresas no reemplacen sus puestos de trabajo fijos por pasantes, cumpliendo con el deber de capacitar al pasante sin que este, sustituya la labor de un empleado de planta.

4.2.1.4 Proyecto de ley 185 de 2011 Cámara

Este proyecto de ley, permitirá tener la información necesaria para el cálculo financiero en el pago de pasantías, que tenga lugar la EH

Por medio del cual se establece el pago de las pasantías y prácticas empresariales a los estudiantes de educación superior, y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1°. La pasantía o práctica empresarial, es un proceso sistemático desarrollado por un estudiante de educación superior en instituciones públicas o privadas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones comunitarias donde se ponen en práctica los conocimientos adquiridos durante su carrera para realizar actividades que generen un impacto específico.

Artículo 2°. Toda entidad pública o privada pagará una compensación por concepto de pasantías o prácticas empresariales a estudiantes

³⁰ CONGRESO DE REPUBLICA DE COLOMBIA. LEY 30 DE 1992. Fundamento de la educación superior. [En línea]. Disponible: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=253>]

de educación superior de los niveles técnico, tecnológico y profesional, cuando estas se consideren como requisito previo para la obtención del respectivo título.

Parágrafo. Los Estudiantes de Educación Superior podrán realizar su pasantía o práctica empresarial ad honórem en instituciones y organizaciones no gubernamentales sin ánimo de lucro.

Artículo 3°. Las entidades públicas en todos sus órdenes y niveles, y empresas privadas, que reciban estudiantes en calidad de pasantes o practicantes deberán reconocer mensualmente a título de compensación económica y según el nivel académico así: un SMMLV para el nivel profesional; el 0.9 de SMMLV para el nivel tecnológico y 0.8 de SMMLV para el nivel técnico, y proporcional por el término de duración de la pasantía o, práctica empresarial.

Artículo 4°. Los convenios que celebren las entidades públicas o privadas con los Centros de Educación Superior de los niveles técnico, tecnológica y profesional con el objeto de desarrollar pasantías y prácticas académicas, deberán establecer el valor, la forma y la periodicidad de pago de la pasantía o práctica al estudiante.

Artículo 5°. El pago de la pasantía se podrá desarrollar en el marco de una vinculación contractual o reglamentaria.

Artículo 6°. Las entidades públicas o privadas propenderán por ubicar a los estudiantes en las áreas organizacionales que permitan la aplicación de los conocimientos propios de su formación académica y al finalizar el término de la pasantía, la entidad deberá certificar el tiempo de servicios el cual se contará como experiencia en el respectivo nivel de formación.³¹

³¹ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Proyecto de ley 185 de 2011. [En línea]. Disponible en: [http://servoaspr.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=185&p_consec=28369]

4.2.2 Ley 749 de julio de 2002 para la educación superior por ciclos propedéuticos dicta las siguientes disposiciones.

La presente ley, detalla las características específicas que debe contener cada ciclo propedéutico, información que se complementa con los requerimientos de capacitación del sector, para el diseño del producto académico de la Escuela Hotel.

Artículo 1°. Instituciones técnicas profesionales. Son Instituciones de Educación Superior, que se caracterizan por su vocación e identidad manifiesta en los campos de los conocimientos y el trabajo en actividades de carácter técnico, debidamente fundamentadas en la naturaleza de un saber, cuya formación debe garantizar la interacción de lo intelectual con lo instrumental, lo operacional y el saber técnico.

Estas instituciones podrán ofrecer y desarrollar programas de formación hasta el nivel profesional, solo por ciclos propedéuticos y en las áreas de las ingenierías, tecnología de la información y administración, siempre que se deriven de los programas de formación técnica profesional y tecnológica que ofrezcan, y previo cumplimiento de los requisitos señalados en la presente ley.

Artículo 2°. Instituciones tecnológicas. Son Instituciones de Educación Superior, que se caracterizan por su vocación e identidad manifiestas en los campos de los conocimientos y profesiones de carácter tecnológico, con fundamentación científica e investigativa.

Estas instituciones podrán ofrecer y desarrollar programas de formación hasta el nivel profesional, solo por ciclos propedéuticos y en las áreas de las ingenierías, tecnología de la información y administración, siempre que se deriven de los programas de formación tecnológica que ofrezcan, y previo cumplimiento de los requisitos señalados en la presente ley.

Artículo 3°. De los ciclos de formación. Las instituciones técnicas profesionales y tecnológicas de educación superior organizarán su actividad formativa de pregrado en ciclos propedéuticos de formación en las áreas de las ingenierías, la tecnología de la información y la administración, así:

a) El primer ciclo, estará orientado a generar competencias y desarrollo intelectual como el de aptitudes, habilidades y destrezas al impartir conocimientos técnicos necesarios para el desempeño laboral en una actividad, en áreas específicas de los sectores productivo y de servicios, que conducirá al título de Técnico Profesional en...

La formación técnica profesional comprende tareas relacionadas con actividades técnicas que pueden realizarse autónomamente, habilitando para comportar responsabilidades de programación y coordinación;

b) El segundo ciclo, ofrecerá una formación básica común, que se fundamente y apropie de los conocimientos científicos y la comprensión teórica para la formación de un pensamiento innovador e inteligente, con capacidad de diseñar, construir, ejecutar, controlar, transformar y operar los medios y procesos que han de favorecer la acción del hombre en la solución de problemas que demandan los sectores productivos y de servicios del país. La formación tecnológica comprende el desarrollo de responsabilidades de concepción, dirección y gestión de conformidad con la especificidad del programa, y conducirá al título de Tecnólogo en el área respectiva;

c) El tercer ciclo, complementará el segundo ciclo, en la respectiva área del conocimiento, de forma coherente, con la fundamentación teórica y la propuesta metodológica de la profesión, y debe hacer explícitos los principios y propósitos que la orientan desde una perspectiva integral, considerando, entre otros aspectos, las características y competencias que se espera posea el futuro profesional. Este ciclo permite el ejercicio autónomo de actividades profesionales de alto nivel, e implica el dominio de conocimientos científicos y técnicos y conducirá al título de profesional en...

Las instituciones técnicas profesionales y tecnológicas de educación superior en forma coherente con la formación alcanzada en cada ciclo, podrán ofrecer programas de especialización en un campo específico del área técnica, tecnológica y/o profesional. Esta formación conducirá al título de Especialista en...

Artículo 4°. De los títulos. Las instituciones técnicas profesionales e instituciones tecnológicas otorgarán los títulos correspondientes a los programas que puedan ofrecer de conformidad con la presente ley en

concordancia con la Ley 30 de 1992 y la Ley 115 de 1994³².

4.2.3. Ley 99 de 1993 (diciembre 22)

A pesar de no existir en esta ley, una disposición específica que dicte parámetros educativos o que regule la operación de la hotelería, la Escuela Hotel, como proceso económico y social, se acoge a las disposiciones vigentes con el fin de cumplir y propender por un desarrollo sostenible desde su actividad.

Por medio de esta ley se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia, DECRETA: TITULO I

FUNDAMENTOS DE LA POLITICA AMBIENTAL COLOMBIANA

ARTICULO 1o. Principios Generales Ambientales. La política ambiental colombiana seguirá los siguientes principios generales:

1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Rio de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.
3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

³² MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 749 del 19 de julio de 002. Disponible en línea: [http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85847_archivo_pdf.pdf].

4. Las zonas de páramos, sub páramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.
5. En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.
6. La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.
7. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.
8. El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.
9. La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.
10. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad. Las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.
11. Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.
12. El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.

13. Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental, SINA, cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.

14. Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física.

4.2.4. Ley 300 de 1996, ley general de turismo

De la ley 300 de 1996 se extrajo el párrafo donde se incluye al subsector de la educación turística formal como parte del sector turístico, se establece la importancia del mismo y se declara el apoyo por parte del estado para su fortalecimiento y participación; apoyo del que requerirá la EH servir de soporte al desarrollo turístico.

Por medio de la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones

Artículo 3: Conformación del sector turismo. En la actividad turística participa un sector oficial, un sector mixto y un sector privado.

Parágrafo: El subsector de la educación turística formal, en sus modalidades técnica, tecnológica, universitaria, de posgrado y de educación continuada, es considerado como soporte del desarrollo turístico y de su competitividad y en tal condición se propiciará su fortalecimiento y participación.

4.2.5. Resolución 1558 de 2012

Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 - ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de

participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Artículo 2. Modifíquese El artículo 1° de la Ley 300 de 1996, el cual quedará así:

Artículo 1. Importancia de la industria turística: El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o I comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Artículo 3. Modifíquese. El artículo 2° de la Ley 300 de 1996, el cual tendrá 4 nuevos principios y quedará así:

Artículo 2. Principios: Son principios rectores de la actividad turística los siguientes: 1. Concertación. En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se socializaran en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo. Las comunidades se constituyen en parte y sujeto de consulta en procesos de toma de decisiones en circunstancias que así lo ameriten, para ello se acudirá al consentimiento previo libre e informado como instrumento jurídico ajustado al marco internacional de Naciones Unidas. 2. Coordinación. En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones. 3. Descentralización. En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia. 4. Planeación. En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo. 5. Libertad de empresa. En virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y I libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en j sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles I nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de

empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios. 6. Fomento. En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional. 7. Facilitación. En virtud del cual los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, simplificarán y allanarán los trámites y procesos que el consejo superior de turismo identifique como obstáculos para el desarrollo del turismo. . 8. Desarrollo social, económico y cultural. El turismo conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades. 9. Desarrollo sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía. 10. Calidad. En virtud del cual, es prioridad optimizar la calidad de los destinos y de los servicios turísticos en todas sus áreas, con el fin de aumentar la competitividad del destino y satisfacer la demanda nacional e internacional. 11. Competitividad. En virtud del cual, el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que mediante el incremento de la demanda genere riqueza y fomente la inversión de capital nacional y extranjero. 12. Accesibilidad. En virtud del cual, es deber del sector turístico propender conforme al artículo 13 de la Constitución Política, la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades. 13. Protección al consumidor: Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas."

4.2.6. Resolución 2804 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (25 de junio de 2014)

Por la cual se establecen las condiciones y requisitos necesarios para la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo y se dictan otras disposiciones

Teniendo presente que la Escuela Hotel, es fruto de la alianza entre la academia y la empresa privada; y esta última involucra un establecimiento de alojamiento y hospedaje, además de establecimientos gastronómicos y bares, la EH se adhiere a los procesos de certificación y al cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad a que tenga lugar

Artículo primero: Los prestadores de servicios turísticos que dispongan de normas técnicas sectoriales relacionadas con la sostenibilidad turística, tales como establecimientos de alojamiento y hospedaje, agencias de viaje, establecimientos gastronómicos y bares, empresas de transporte turístico y organizadores y organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones y demás prestadores que posteriormente cuenten con norma, deberán cumplir, según la actividad que corresponda, con las normas técnicas sectoriales vigentes, sus actualizaciones y las posteriores que se llegaren a expedir:

NTS-TS 002 “Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Requisitos de sostenibilidad”

NTS-TS003 “Agencias de viaje. Requisitos de sostenibilidad”

NTS-TS004 “Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad”

NTS-TS005 “Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad”

NTS-TS006-1 “Sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones”

Artículo segundo: Los establecimientos que dispongan de Normas Técnicas Sectoriales relacionadas con la sostenibilidad turística, para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo o renovar la inscripción en el mismo, deberán presentar, además de los requisitos exigidos, el certificado de Calidad Turística, otorgado por las certificadoras, entendiéndose estas como organismos evaluadores de la conformidad, debidamente acreditados por el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC).

Artículo tercero: Los prestadores de servicios turísticos que dispongan de normas técnicas sectoriales relacionadas con la sostenibilidad turística y presten sus servicios sin estar inscritos o sin haber actualizado su

inscripción en el Registro Nacional de Turismo, serán sancionados en los términos del artículo 61 de la ley 300 de 1996.

4.3. MARCO SITUACIONAL

Actualmente existen a nivel nacional e internacional varias experiencias relacionadas con el objeto del presente trabajo, en las que de una u otra manera se combinan la teoría y la práctica, dentro de los ejes temáticos específicos de hotelería, gastronomía, eventos y convenciones.

Cabe anotar que el empirismo en el turismo es un fenómeno que afecta al país y por lo tanto el modelo de escuela hotel es utilizado de múltiples maneras, por empresas privadas y públicas, en muchos países.

Con el fin de conocer los modelos más cercanos y afines a los objetivos de este proyecto, a continuación se describen las experiencias de Venezuela, Panamá, España, Holanda y Colombia al respecto.

4.3.1 Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos

En Venezuela existe el Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, (*C.U.H.E.L.A.V.*), institución educativa, adscrita tanto al Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR), como al Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria (MPPEU). Ha sido una institución de formación del talento humano, otorgando a sus egresados el título de Técnico Superior Universitario en Hotelería y Servicios de la Hospitalidad; todo ello enmarcado en la filosofía de **aprender – haciendo**, lo que significa que el proceso enseñanza – aprendizaje se centra en las competencias necesarias para ejercer funciones operativas, de gerencia y labores directivas de cualquier empresa o institución que se dedique a esta actividad.³³

El *C.U.H.E.L.A.V.*, denominado en un principio Hotel Escuela de Venezuela, inicio en 1988, desarrollando sus asignaturas de carácter práctico en

³³ Página oficial Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos, [En línea]. Disponible <http://www.hotelescuola.org.ve/wp/>

cooperación directa con el Hotel Prado Río. Nació con el asesoramiento profesional del Hotel Escuela de La Haya (Holanda), en concordancia con la aplicación de estándares de reconocimiento internacional.

Foto No 1: Infraestructura Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, (C.U.H.E.L.A.V)



Fuente: <http://www.hotelescuela.org.ve/wp/>. Consultado el 11 de octubre de 2014

Foto No 2: Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos, (C.U.H.E.L.A.V)



Fuente: <http://www.hotelescuela.org.ve/wp/>. Consultado el 11 de octubre de 2014

La formación práctica se da a través de pasantías operativas y administrativas, las operativas en tercer semestre y las administrativas en sexto, por medio del nombre de entrenamiento empresarial I y II respectivamente.

En un principio, la orientación de la institución y la formación era sectaria y elitista, además de ser costosa para el estudiante (aun cuando desde su

nacimiento era una institución pública y no es hasta el año 2005 cuando la matrícula mensual por estudiante pasa a ser totalmente gratuita), de hecho en sus orígenes la actividad académica del CUHELAV estaba orientada a la formación de los estudiantes que eran insertados a las cadenas hoteleras cinco estrellas, resorts, clubes, entre otros, obedeciendo estrictamente a la demanda y al modelo económico del momento.

La misión institucional es: *“Formar profesionales integrales y socialmente responsables de su entorno, en el marco de la educación universitaria en las áreas de hotelería y servicios de la hospitalidad, así como capacitar y certificar por oficios, para la actividad turística, bajo la filosofía inicial de Aprender- Haciendo”*.

Y la visión institucional persigue *“Ser la institución de Educación Universitaria líder en la formación y capacitación de hombres y mujeres en la hotelería y servicios de la hospitalidad que responda a las necesidades de profesionalización para el desarrollo sustentable y sostenible de la actividad turística venezolana, integrando los valores de identidad nacional, responsabilidad social, ética, equidad y participación en la construcción de un nuevo modelo de sociedad más justo y solidario”*.

El CUHELAV inicia la reorganización en investigación a partir de la experiencia acumulada en sus veintiséis (26) años de funcionamiento, para edificar toda una estructura que permita impulsar el quehacer investigativo institucional, contando con importantes antecedentes derivados de los diferentes trabajos de grado generados en esta casa de estudios. A continuación se muestran las áreas temáticas y las líneas de investigación:

Área: alojamiento y servicios de la hospitalidad

Líneas:

- Gestión del talento humano en alojamiento
- Formulación, desarrollo y fortalecimiento de empresas de la hospitalidad.
- Gestión de la Hospitalidad.

Área: Gastronomía

Líneas:

- La gastronomía como expresión cultural de los pueblos.
- Gestión de alimentos y bebidas

Área: Gestión Turística

Líneas: • Políticas públicas en el sector turismo.

- Gestión turística para el desarrollo endógeno.
- Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) aplicadas al sector turismo.
- Gestión Educativa en Turismo.

Área: Calidad de los Servicios Turísticos

Líneas:

- Gestión de la calidad en la prestación de los servicios Turísticos.

Hasta el momento se están dictando diplomados en las áreas de recepción, gastronomía, contabilidad hotelera, servicios de sala y bar, ama de llaves, aprendizaje, dominio del idioma inglés y sensibilización turística. Próximamente se ofertarán 19 menciones más, a fin de ampliar el contenido programático en el área turística.

Cabe destacar que, estos diplomados y cursos, que se efectuarán en toda la red de hoteles Venetur, están dirigidos a la comunidad en general que desee ser parte de la clase trabajadora de este sector. Con este tipo de iniciativas, Venetur persigue el objetivo, de no sólo fortalecer al sector con talento humano calificado, sino también generar nuevas plazas de empleos -directos e indirectos- que contribuyan con el crecimiento económico de las regiones turísticas del país.

La cadena Venezolana de turismo S.A (Venetur), es la tour operadora de productos turísticos de la Nación, conformada por una plataforma de nueve hoteles con 4.084.

Foto No 3: Venezolana de turismo S.A. (Venetur)



Fuente: <http://www.venetur.gov.ve/>. Consultada el 11 de octubre de 2014

Foto No 4: Venezolana de turismo S.A. (Venetur)



Fuente: <http://www.venetur.gob.ve/>
Consultada el 11 de octubre de 2014

4.3.2. Panamá internacional School Hotel

El Panamá internacional School es el hotel escuela Holiday Inn que constituye el mayor centro de educación para la industria hotelera en América Latina y el primer hotel escuela en Panamá³⁴.

El Hotel Escuela de los hoteles Intercontinental ubicado en Panamá y con una inversión de 12 millones de dólares, abrió sus puertas en el 2008. Cuenta con 137 habitaciones, 12 salas de estudio, salones de reuniones, laboratorios especializados que incluyen un teatro cocina de demostración, un restaurante, un lobby bar práctica, salones de entretenimiento, laboratorio de informática, biblioteca y un área de reuniones de estudio con alta tecnología.

Este es financiado por el pago de los estudiantes y el pago de la cadena IHG. EL valor del entrenamiento oscila entre 10 y 12 millones de pesos que son pagados según el origen del estudiante; es decir, si es empleado de IHG (Intercontinental Hotel Group), el hotel interesado en capacitar al personal paga el 50% del valor total del entrenamiento y si es de otra cadena hotelera, el contratante paga el 100%.

³⁴ Información de la experiencia del hotel escuela de Panamá obtenida de entrevista con el Sr. Jorge Torres Gerente de Revenue del hotel Intercontinental de Medellín junio 2013.

Los estudiantes se hospedan en un edificio diseñado exclusivamente para ellos y tienen la posibilidad de trabajar los fines de semana en el hotel como practicantes de manera voluntaria, recibiendo en contraprestación solo el valor del transporte.

Los niveles de estudio son: Diplomado 3 meses; Especialización 6 meses y, Hospitality industry management 3 años. Los estudios que se realizan en el hotel están enfocados en los puestos operativos y administrativos de un hotel, tales como: dirección de Alimentos y Bebidas, Room Revenue, administración del departamento de alojamiento, director de Banquetes entre otros.

Este modelo que utiliza de la cadena IHG, es un ejemplo de la necesidad que existe en turismo de relacionar la teoría y la práctica, además de la necesidad de validar los conocimientos adquiridos empíricamente para los empleados. También muestra que un escuela hotel puede ser viable. Información suministrada por Jorge Ignacio Torres (*Room Revenue* hotel intercontinental Medellín).

4.3.3. Hoteles Escuela de Canarias HECANSA

HECANSA es una iniciativa del Gobierno de Canarias para contribuir al fortalecimiento de la competitividad del sector turístico en Canarias, mediante la formación y el fomento de la profesionalización de sus recursos humanos y de sus empresas. Para ello proporciona formación y una primera incorporación al mercado laboral a nuevos profesionales en el sector turístico. También realiza formación, reciclaje y fórmulas de intercambio de experiencias y difusión de mejores prácticas a los profesionales que actualmente prestan servicios en el sector. Y trabaja en todos los ámbitos de las profesiones turísticas, desde ayudantes hasta directivos, en todas las islas.

HECANSA analiza las necesidades de las empresas y de sus trabajadores, y su preocupación está en la adaptación de los programas y la metodología de formación a las necesidades reales del sector. Las acciones para profesionales en activo van dirigidas a personal de base, mandos intermedios y directivos, con una metodología bien definida, que tiene en cuenta las necesidades de los participantes, y se enfocan a provocar

mejoras en la gestión y en la calidad de los servicios de las empresas. Cubren el espectro de la formación en actitudes, conocimientos y técnicas, el establecimiento de redes de intercambio profesional, la mejora de la cultura profesional y empresarial, y las prácticas en el sector.

Colabora con el Gobierno de Canarias y el resto de organizaciones implicadas en la adaptación y extensión del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales a la actividad turística en Canarias. Por ello realiza programas formativos que toman como referencia el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales. Y también desarrolla una amplia variedad de formación no reglada teniendo en cuenta las circunstancias y necesidades del sector, contribuyendo a la mejora del prestigio de las profesiones del sector, y a la atracción de profesionales al mismo, mediante acciones de sensibilización sobre la relevancia y el atractivo de las profesiones turísticas.

Foto No 5: HECANSA (Hotel Escuela de Santa Brígida-Canarias)



Fuente: <http://www.hecansa.com/hotelescuelsantabrigida>. Consultado el 11 de octubre de 2014

La experiencia piloto que HECANSA ha iniciado permitirá contribuir en Canarias a:

- Desarrollar un corpus metodológico que haga posible la formación basada en el trabajo (Work-Based- Learning).
- Incrementar el número de alumnos de formación profesional del Sistema Educativo, tanto de Grado Medio como Superior, que se formen de acuerdo al corpus metodológico propio de la formación basada en el trabajo (Work Based Learning).
- Reforzar los vínculos entre las empresas (sector productivo turístico) y el sistema formativo.
- Adaptando los resultados de aprendizaje cada vez más a las necesidades del mercado laboral.
- Flexibilizar el sistema formativo para adaptarlo a la realidad del tejido empresarial en Canarias y haciendo propuestas formativas que faciliten la inserción laboral de jóvenes egresados.
- Incrementar la tasa de inserción laboral de los jóvenes menores de 30 años.

4.3.4. I.E.S Hotel Escuela - Comunidad de Madrid

El instituto de enseñanza de la comunidad de Madrid I.E.S Hotel Escuela, ubicado en la zona norte de Madrid, surge de la iniciativa de crear un centro de formación capaz de ofrecer a los alumnos un entorno real para su aprendizaje. En el centro se reproducen las condiciones del ámbito laboral permitiéndoles evaluar y encontrar respuestas diarias a situaciones concretas y reales.

Desde 1990 han sido más de 1500 alumnos, los que se han formado en estas aulas y el grado de inserción laboral para todos aquellos que así lo han deseado es del 100%.

Se cuenta con instalaciones que incluyen: Aula taller de cocina, aula de restaurante, aula de cafetería y bar.

Miguel Ángel Pérez Pérez, director general del Hotel Escuela promociona el mismo diciendo; “Ponemos a tu disposición un montón de recursos didácticos, sumados a un hotel, una agencia de viajes, una oficina de información turística y un restaurante, abiertos al público, donde realizas tus prácticas con clientes reales y mientras estudias”

El Centro ofrece la posibilidad de estudiar seis Ciclos Formativos pertenecientes a la familia profesional de hostelería y turismo que por orden de implantación son:

Ciclos formativos de grado medio:

- Servicios en restauración (SER). Dos turnos: diurno y vespertino.
- Cocina y gastronomía (COG). Dos turnos: diurno y vespertino.

Ciclos formativos de grado superior:

- Gestión de alojamientos turísticos (GAT). Dos turnos: diurno y vespertino.
- Dirección de Cocina (DCO). Turno vespertino.
- Dirección de servicios de restauración (DSE). Turno diurno.
- Agencia de viajes y gestión de eventos (AGE). Turno vespertino.
- Guía, información y asistencias turísticas (GIA). Turno diurno.

Prácticamente desde el primer día se pretende que la metodología esté basada en un entorno real de enseñanza-aprendizaje. Se trata de establecer durante las clases sistemas de enseñanza-aprendizaje que tengan una clara referencia con un entorno real de trabajo.

Foto No 6: I.E.S Hotel Escuela- Comunidad de Madrid



Fuente: <http://www.ieshotelescuola.es/>. Consultado el 11 de octubre de 2014

4.3.5. Teaching Hotel Chateau Bethlehem – Holanda

Inicio labores en 1950, cuenta con 26 habitaciones cada una con un diseño único, restaurante, bar y atención de eventos y reuniones con capacidad hasta 300 personas. Todos estos atendidos por los estudiantes.

En cuanto a la enseñanza ofrecen paquetes especiales de capacitación los fines de semana como: Talleres de cocina y vinos.

El Hotel se ha convertido en una institución educativa con un reconocimiento y prestigio internacional. Actualmente cuenta con aproximadamente 1.100 estudiantes, y reciben cerca de 320 estudiantes de primer año, de varios países dentro y fuera de Europa cada año. La escuela emplea a cerca de 130 miembros del personal.

El plan de estudios de la escuela de hostelería es cada vez más innovador. Con la adición de un entorno Hotel Real, la educación práctica también se está convirtiendo en el estado de la técnica. Esto permite a la escuela de hostelería lograr el equilibrio óptimo entre la teoría y la práctica, y ofrecer a los estudiantes un programa ambicioso y variado. Durante los primeros seis meses los estudiantes se capacitan en teoría y práctica, que más adelante combinan con la tarea de supervisor y un grupo seleccionado de estudiantes se hace acreedor a una pasantía en la cual podrá ejercer como gerente.

Tienen como Misión capacitar a los adultos jóvenes que deseen convertirse en profesionales cualificados y apasionados y que pueden contribuir al desarrollo y la innovación de la industria nacional e internacional de la hospitalidad. Su objetivo es hacerlo a través de su plan de estudios, la investigación y el aprendizaje permanente.

Foto No 7: Teaching Hotel Chateau Bethlehem – Holanda



Fuente:<http://www.hotelschoolmaastricht.nl/about-the-hotel-school-maastricht/organisation-hotel-school-maastricht/organization>. Consultado el 11 de octubre de 2014.

La Escuela de Administración de Maastricht hotel, quiere ofrecer a los estudiantes un ambiente de formación práctica que se centra en la experimentación y el futuro. Esta es la razón de que el Chateau Belén se haya convertido en un innovador de enseñanza. Es un verdadero hotel donde los huéspedes son bienvenidos y donde los estudiantes pueden desempeñar los papeles de anfitrión, y gerente.

Tienen como filosofía anticiparse a los cambios en los procesos de la hospitalidad y estimular a los maestro y a los estudiantes a innovarla.

4.3.6. Escuela de Hostelería de Meliá Hotels International con sede en Granada y Sierra Nevada - España

Las cadenas hoteleras reconocen la importancia de tener personal capacitado y por este motivo son impulsadoras en la capacitación constante no solo de sus colaboradores, sino de los jóvenes interesados en hacer parte de la industria hotelera y por esto ponen al servicio aulas vivas, es el caso de la cadena Meliá Hotels Internacional.

Durante 22 años los alumnos han recibido una formación totalmente práctica durante 5 meses. Terminados estos, la misma escuela ha logrado incorporar al 60% de los estudiantes a la vida laboral.

La Escuela de Hostelería Meliá ofrece una educación gratuita gracias a que es financiada por el gobierno, tiene como política después de finalizada la capacitación hacer seguimiento a los estudiantes, hasta lograr que todos estén vinculados con la industria hotelera. Esta práctica de la Meliá se debe a la preocupación por mejorar el mercado laboral.

El Plan Nacional e Integral de Turismo en España (PNIT) es acogido por la cadena Meliá y participan como empresa privada para mejorar el sector turístico y reactivar la economía.

Foto No 8: Escuela de Hostelería de Meliá Hotels International con sede en Granada y Sierra Nevada España.



Fuente: <http://www.meliahotelsinternational.com/es/sala-de-prensa/17072014/escuela-hosteleria-melia-hotels-international-andalucia-sigue-apoyando#sthash.gfHogf0n.dpuf>. Consultado el 11 de Octubre de 2014

4.3.7 La Casa Externadista- Bogotá (Colombia)

La universidad Externado de Colombia, ubicada en el límite oriental del barrio de la Candelaria en la ciudad de Bogotá, con un área de 65 mil metros cuadrados y fundada el 15 de febrero de 1886, cuenta con la facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras que lleva 39 años de funcionamiento.

Esta facultad lidera la formación turística en Colombia con un pregrado en administración de empresas turísticas y hoteleras, certificado Internacionalmente por la Organización Mundial del Turismo; Programa de alta calidad académica estructurado en nueve semestres presenciales, y un semestre de dedicación exclusiva a Prácticas Profesionales; complementado con prácticas extracurriculares e inter semestrales, que le permiten al estudiante acceder al mundo laboral y aplicar los conocimientos adquiridos.

Adicionalmente cuenta con una maestría en planificación y gestión del turismo, especializaciones en gerencia estratégica de alimentos y bebidas en hoteles y establecimientos turísticos, en gerencia estratégica para hoteles y en organización de eventos, además de infinidad de diplomados, cursos y seminarios, que configuran un amplio portafolio de posgrados y educación continuada.

Toda esta formación esta soportada por unidades de apoyo académico como:

- ✓ Centro de educación virtual
- ✓ Convenios de cooperación académica nacional e internacional, para la realización de intercambios estudiantiles.
- ✓ Miembros a nivel internacional de la Organización Mundial de Turismo OMT, de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería y Turismo CONPEHT, del Internacional Hotel & Restaurant Association – IH&RA, del International Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (CHRIE) y de la International Association of Hotel School (EUHOFA). A nivel nacional, la Asociación Hotelera de Colombia – COTELCO, la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo –ANATO y la Asociación Colombiana de Facultades de Administración –ASCOLFA, entre otras.

- ✓ Desarrolla programas de extensión social dirigidos a las comunidades en distintas regiones del país, con actividades que se expresan a través de proyectos de investigación, de gestión y de proyección social, en los cuales los estudiantes tienen abierta participación.
- ✓ Casa Externadista: Lugar de reunión social, por excelencia, de profesores y egresados de la Universidad, que ofrece servicios de restaurante en las horas del desayuno, almuerzo y cena y apoya la organización de diferentes eventos de carácter social de la Universidad, en donde los estudiantes hacen prácticas ocupando cargos como: Capitán de meseros o Maître, almacenista, jefe de costos, sommelier, mesero y barman. Labores que permite enfrentar al estudiante a lo que realmente sucede en la vida real dentro del sector turístico y según lo expresado por una de los estudiantes de esta universidad Lady Paola Galeano Castiblanco “Es allí donde más se aprende, no solo del servicio sino de las personas que trabajan en el lugar.”

La universidad Externado de Colombia le ofrece al estudiante una alta gama de posibilidades para complementar su formación académica, permitiéndole una rápida ocupación laboral, además de dejarle a la institución reconocimiento nacional e internacional por la gestión de sus egresados en asociaciones gremiales turísticas, establecimientos hoteleros, restaurantes, clubes y empresas de entretenimiento.

Es esa variedad de posibilidades en formación práctica, la que lleva al estudiante a confiar a la universidad Externado de Colombia su formación profesional en temas turísticos³⁵.

4.3.8 Hotel Escuela del Sena- Bogotá (Colombia)

Actualmente en Colombia sólo existe un hotel escuela que corresponde al Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos, del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA³⁶, en el cual garantizan que sus alumnos obtendrán un conocimiento teórico práctico.

³⁵ [En Línea] disponible <http://www.uexternado.edu.co/esp/posgrado/index.html>, http://orientacion.universia.net.co/informacion_carreras/pregrado/administracion-de-emprendimientos-turisticos-y-hotelerias-snies-1116-649/universidad-externado-de-colombia-1.html

³⁶ Visita presencial realizada al Centro de Hotelería y Turismo SENA, los días 18 y 19 de Octubre de 2013

El hotel está ubicado en el Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos regional, distrito capital Bogotá, el cual cuenta con 20 habitaciones que están a disposición tanto para entidades educativas e intercambios a nivel internacional, como para clientes externos del SENA.

Foto No 9: Hotel Escuela del Sena. Bogotá - Colombia



Fuente: sorancyc-hotelsena.blogspot.com. Consultado el 11 de octubre de 2014

Además de hospedaje el hotel presta el servicio de alimentos y bebidas, ofreciendo al mercado dos salones y dos restaurantes

Los estudiantes pueden hacer su práctica en recepción, ama de llaves o mantenimiento durante seis meses al terminar el técnico en gestión hotelera, con un salario de \$ 440.000= más prestaciones sociales, lo que corresponde al 75% del SMMLV, adicionalmente durante el proceso de formación estos deben trabajar como brigadistas.

Todos los brigadistas deben asistir al hotel como requisito de sus clases teóricas, a pesar de que esta actividad no genera ningún ingreso para el estudiante. Por otro lado el SENA tiene claro que para lograr empleados que se desenvuelvan exitosamente en el mercado laboral turístico deben combinar el aula y un escenario que permita al estudiante practicar lo aprendido en esta.

5. PLAN DE NEGOCIOS CON ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD

5.1. RESUMEN EJECUTIVO

Unidad de negocio Escuela Hotel Universidad-Empresa-Estado caso de estudio: Universidad Tecnológica de Pereira - Movich Hotel de Pereira es un proyecto con plan de negocios y constituye la primera fase del modelo de desarrollo en formación práctica, innovación e investigación en turismo, el cual sería liderado por la UTP y el Movich Hotel de Pereira.

Nuestra propuesta está basada en la búsqueda de formación teórico práctica, la cual está tomando fuerza a nivel mundial en la industria hotelera. Proponemos que los estudiantes inicien el ciclo tecnológico (quinto semestre) en el escuela hotel, durante el cual realizarían rotaciones por los diferentes departamentos operativos. Durante este semestre contarán no solo con la supervisión de una persona dentro de hotel sino un seguimiento constante por parte de la universidad, Esta rotación respeta la intensidad horaria de la Universidad y por supuesto respeta la operación del hotel.

La gran discusión que se presentó al iniciar el plan de negocios fue, cómo cumplir con el principal objetivo que tiene la carrera: El de sostenibilidad y llegamos a la conclusión que esta propuesta solo puede ser la primera fase de un gran proyecto escuela hotel donde además de la hotelería, la gastronomía y los eventos y convenciones, se vinculen los demás subsectores de este importante sector económico, como lo son la cultura, las áreas protegidas y las comunidades menos favorecidas.

Sería la primera escuela hotel en Colombia desde la práctica Universitaria, además de aplicar la triada Universidad Empresa Estado.

5.2. ANÁLISIS TÉCNICO - OPERATIVO

El presente trabajo se desarrolla en dos áreas de trabajo específicas, la UTP y el hotel Movich.

La UTP, más específicamente en la facultad de Ciencias Ambientales, donde se encuentra el programa de Administración del Turismo Sostenible, que constituye para la primera fase del proyecto, el eje del mismo; toda vez que es la comunidad universitaria de este programa la que se ve beneficiada por la escuela hotel, comunidad que cuenta actualmente con 230 estudiantes en el ciclo técnico.

El hotel Movich, uno de los hoteles insignia de la ciudad, ubicado en la avenida Circunvalar Carrera 13 No 15-53, parte de la cadena internacional Movich hotels and resorts, donde tendrá lugar la escuela hotel, cuenta con 150 empleados, 202 habitaciones, salones para eventos y banquetes, servicio completo de spa, piscina al aire libre y sauna, centro de negocios abierto las 24 horas, tres restaurantes además de un bar o lounge.

5.2.1. Perfil, nivel de formación y criterios mínimos de contratación para cargos estratégicos en la industria hotelera

La caracterización de los criterios de contratación y los perfiles de los cargos que puede ocupar un tecnólogo en Administración del Turismo Sostenible en la industria hotelera, eventos y convenciones de Pereira, se realizará mediante recopilación de información base.

Esta información base, se recoge a través de una investigación de fuente primaria, mediante entrevistas con los jefes de recursos humanos de los hoteles que se encuentren registrados en Cotelco y cuenten con registro nacional de turismo.

Las entrevistas a los jefes de recursos humanos son de tipo semiestructurada con las siguientes preguntas clave:

- ¿Cuáles de los cargos del hotel tienen como requisito académico un nivel tecnológico?
- De estos cargos ¿Cuáles requieren de conocimientos relacionados con turismo?

- ¿Cuáles son los criterios mínimos de contratación y el perfil para estos cargos?

Elaborando un cuadro comparativo con los cargos, número de empleados por cargo, perfil, nivel de formación requerido y criterios mínimos de contratación, se llevará a cabo un análisis de la información encontrada que permita dejar caracterizado el momento por el que pasa la oferta laboral de la industria hotelera urbana del municipio.

En todos los tipos de organización y especialmente en las de servicios, el factor más importante es el capital humano; y la industria hotelera a nivel mundial, maneja estándares de calidad en el servicio que requieren de una estricta y meticulosa gestión en la selección del talento humano. Como bien lo dice el Dr. Noel Varela Izquierdo de la Universidad Cienfuegos de Cuba *“Con frecuencia parte de las medidas de rendimiento de los procesos de gestión en los servicios hoteleros, están asociados a las necesidades y deseos de clientes cada vez más exigentes y selectivos, estos no se alcanzan a plenitud, a causa del nivel de competencia de empleados que han sido producto de un procedimiento de selección cuya falta de sistematicidad provoca además altos costos de formación y elevación de la rotación externa.”*³⁷

En virtud de lo anterior esta industria tiene unos lineamientos que le permiten gestionar esta área funcional tan importante, como son el perfil, nivel mínimo de formación académica y criterios mínimos de contratación para cada cargo.

Teniendo en cuenta que se necesita caracterizar toda esta información, se ha tomado como base el listado de los hoteles registrados actualmente en Cotelco Pereira, de donde se han extraído estrictamente los hoteles que además del servicio de alojamiento ofrecen servicio de mesa y bar y salones de eventos y convenciones, con el fin de tener concordancia y coherencia con los cargos que hay dentro de los ejes temáticos que trabajará la escuela hotel.

A continuación se muestra el resultado de la selección de hoteles de acuerdo a los argumentos anteriormente mencionados:

³⁷ Izquierdo Varela Noel. Et al. El reclutamiento y selección de personal en el sector hotelero. Disponible en línea: [<http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/revistas/index/assoc/HASH01e1/c6419c57.dir/doc.pdf>]

Cuadro No 2: Listado de hoteles objeto del presente estudio

Ídem	NOMBRE DE LA EMPRESA TURISTICA	DIRECCION
1	HOTEL ABADIA PLAZA	CARRERA 8 No. 21 67
2	HOTEL SORATAMA Y SAN SIMON	CARRERA 7 No. 19-20
3	GRAN HOTEL	CL 19 No. 9-19
4	APARTAHOTEL LUXOR PLAZA LTDA.	CALLE 24 No. 8-35
5	HOTEL CASTILLA REAL	CALLE 15 No. 12B-15
6	HOTEL MOVICH	CARRERA 13 15 73
7	HOTEL DON ALFONSO	CARRERA 13 12 37 AVENIDA CIRCUNVALAR
8	ZI ONE LUXURY HOTEL	CARRERA 13 12 32 AVENIDA CIRCUNVALAR
9	TOP DECK HOTEL	Carrera 21 No. 14-20
10	HOTEL PINARES PLAZA	AVENIDA RICAURTE No. 9 20
11	ALOJAMIENTO COMFAMILIAR GALICIA	KILOMETRO 11 VIA CERRITOS SECTOR GALICIA
12	VISUS HOTEL BOUTIQUE	VIA CERRITOS KILOMETRO 6 ENTRADA 6 HACIENDA MALABAR CASA 2
13	ECOHOTEL LA CASONA	KILOMETRO 6 VIA PEREIRA ARMENIA
14	HOTEL TORREON	AV 30 DE AGOSTO N 41 - 37
15	MH HOTELES	CARRERA 8 N. 28-51

Fuente: Elaboración propia, con base en <http://cotelcorisaralda.org/>.

Consultado en octubre 11 de 2014

Como se puede observar en el cuadro No 2, son 15 los hoteles a tener en cuenta, y después de un análisis de la estructura organizacional de cada uno, a continuación se relacionan los cargos que según el perfil profesional del programa de Administración del Turismo Sostenible, pueden ser ocupados por los técnicos, tecnólogos y profesionales:

Cuadro No 3: Cargos en la industria hotelera para técnicos, tecnólogos y profesionales en Administración del Turismo Sostenible

Cargos para técnicos	Cargos para tecnólogos	Cargos para profesionales
Supervisor de lavandería	Jefe de Ama de Llaves	Gerente general
Asistente de recepción	Jefe de Recepción	Gerente operativo
Conserje (Jefe de botones)	Jefe de compras	Jefe de eventos y convenciones
Recepcionista	Supervisor de alimentos y bebidas	Gerente de alimentos y bebidas
Asistente de eventos	Coordinador de eventos y convenciones	
Cajero	Asistente de gerencia	
	Jefe de Contact Center	
	Administrador (Hotel pequeño)	

Fuente: Elaboración propia, con base en entrevistas a funcionarios del sector turístico

Para caracterizar el perfil, el nivel mínimo de formación académica y los criterios mínimos de contratación para el ciclo tecnológico a continuación se sintetiza en el siguiente el cuadro No 4, la información recogida entre los funcionarios de los 15 hoteles seleccionados:

Cuadro No 4: Perfil, nivel de formación y criterios mínimos de contratación para cargos estratégicos en la industria hotelera

Cargos para tecnólogo	Oferta para hoteles registrados en Cotelco	Perfil	Nivel mínimo de formación	Criterios mínimos de contratación
Jefe de Ama de Llaves	15	Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocimientos en manejo de compras e inventarios, de contabilidad, textiles, decoración y jardinería funcionamiento del departamento de Ama de Llaves, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, planear, dirigir, supervisar y controlar. Actitudes personales: Honradez, actitud positiva, entusiasta, don de mando, iniciativa, carácter firme, líder, saber delegar, responsable. Edad entre 30 y 45 años	Tecnología en carreras afines	Experiencia mínima de dos años en el cargo o en cargos del departamento. Dominio del inglés.
Jefe de Recepción	15	Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocer el funcionamiento del departamento de Recepción y de ama llaves, criterio para tomar decisiones, habilidades para organizar, conocimiento de contabilidad, planeación, dirección, supervisión, control y servicio al cliente, Actitudes personales: Honradez, actitud positiva, entusiasta, don de mando, iniciativa, carácter firme, líder, saber delegar, responsable. Edad entre 25 y 45 años	Tecnología en carreras afines	Experiencia mínima de dos años en el cargo o en cargos del departamento. Dominio del inglés, habilidades comerciales
Jefe de compras	15	Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocer el funcionamiento de un hotel, criterio para tomar decisiones, habilidades para negociar, manejo de proveedores, haber manejado un software de compras, servicio al cliente interno y	Tecnología en carreras afines	Experiencia mínima de dos años en el cargo o en cargos del departamento o cargos en otros

		externo. Actitudes personales: Honradez, actitud positiva, entusiasta, don de mando, iniciativa, carácter firme, líder, saber delegar, responsable. Edad a partir de los 25 años.		departamentos de un hotel. Dominio del inglés, habilidades para negociar con proveedores
Supervisor de alimentos y bebidas	15	Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocer el funcionamiento de un hotel y el departamento de alimentos y bebidas, criterio para tomar decisiones.	Tecnología en carreras afines	Experiencia mínima de dos años en el cargo o en cargos del departamento. Dominio del inglés, habilidades comerciales
Coordinador de eventos y convenciones	15	Habilidades para manejo de personal, capacidad de liderazgo, conocer el funcionamiento de un hotel y el departamento de alimentos y bebidas, manejo de logística, criterio para tomar decisiones.	Tecnología en carreras afines	Experiencia mínima de dos años en el cargo o en cargos del departamento. Dominio del inglés, habilidades comerciales
Asistente de gerencia	15	Habilidades para el manejo y discreción de la información, conocer los departamentos de un hotel, buena redacción, habilidades en el manejo del cliente interno y externo, y manejo en cuentas de calidad	Tecnología en carreras afines	Experiencia mínima de dos años en el cargo o en cargos en un departamento de un hotel. Dominio del inglés.

Jefe de Contact Center	15	Habilidades en el buen funcionamiento de la operación cumpliendo con los indicadores y parámetros establecidos por la compañía, realizar Estrategias diarias para cumplimiento de indicadores de la operación Cumplimiento de Facturación, Cumplimiento de Indicadores y Metas, Plantear estrategias para el cumplimiento de los mismos, Velar por el cumplimiento de los contratos y rentabilizar las operaciones, Manejo de personal (líderes o Supervisores, BackOffice, Asesores).	Tecnología en carreras afines	Experiencia entre 1 y 5 años, en manejo del Contact Center, manejo de Ingles
Administrador (Hotel pequeño)	15	Conocimientos generales de principios de gestión: planificación, organización, motivación y control, y evaluación de resultados; se requiere capacidad de comunicarse en forma clara oral y escrita, tanto con sus empleados como huéspedes, si se requiere; deberá preocuparse de la capacitación, selección del personal, supervisar a través de una adecuada evaluación y disciplina las jefaturas designadas. Se necesita habilidad para representar a la empresa de manera positiva.	Tecnología en carreras afines	Experiencia entre 1 y 5 en la industria hotelera y manejo de Ingles
Total	120			

Fuente: Elaboración propia, con base en entrevistas realizadas a funcionarios de la muestra de hoteles seleccionados

Teniendo en cuenta la oferta laboral de la muestra de hoteles seleccionada, se requeriría 120 tecnólogos egresados en gestión del turismo sostenible de la UTP, con énfasis en la práctica obtenida escuela hotel. Toda vez que la experiencia es un factor esencial para determinar la contratación. Esta oferta laboral está

determinada por ocho cargos estratégicos dentro de la industria hotelera, donde los egresados son los llamados a innovar en los procesos en la hotelería y así elevar los estándares de servicio.

5.2.2. Necesidades de la UTP y del sector turístico

Se elaboró una investigación descriptiva de forma sistemática para detectar las necesidades, tanto del programa de Administración del Turismo Sostenible en el ciclo técnico, como de la industria hotelera del área urbana del municipio de Pereria, en cuanto a las competencias prácticas y de innovación que requiere el estudiante y el funcionario actual para impulsar el desarrollo del sector turístico en las áreas indicadas. Adicionalmente se realizará un análisis D.O.F.A sobre la metodología utilizada en las prácticas de la Escuela de Turismo Sostenible con base en la información primaria, producto de las entrevistas realizadas a los docentes de programa ATS, cuyas preguntas clave son:

- ¿Cuáles son las actividades prácticas del programa?
- ¿Cuál es la metodología de cada una de las actividades prácticas?
- ¿Cuáles son las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las prácticas actuales del programa de ATS?

Posteriormente se diseñará un informe que compara e interrelaciona las necesidades académicas y laborales como información base para la formulación del plan de negocios.

5.2.2.1 Necesidades de la academia

Actualmente el programa de Administración del Turismo Sostenible con cinco años de trayectoria, 32 graduados del ciclo técnico profesional en procesos del turismo sostenible, avanza en el ciclo tecnológico en séptimo semestre, utilizando como sistema para las prácticas de los estudiantes, tres conceptos: salidas de campo, prácticas por asignatura y desarrollo de proyectos interdisciplinarios que integran las diferentes asignaturas en cuarto, séptimo y décimo semestre.

Las salidas de campo son la herramienta que le permite al estudiante aprender de turismo viajando, comprendiendo y experimentando como turista, todo lo que compone el sector, pero con la mirada crítica que da el conocimiento técnico en diferentes temas. Se recorren muchos lugares del territorio nacional,

procurando abarcar los diferentes tipos de turismo y las distintas zonas del país, iniciando por el eje cafetero.

Las prácticas por asignatura se dan a través de convenios con establecimientos turísticos de la ciudad que alquilan sus espacios, para que el estudiante pueda ejecutar actividades acordes con la asignatura, que le permitan acercarse con el diario devenir del establecimiento en relación con el tema de estudio, un ejemplo de este tipo de prácticas es la que se adelanta para la asignatura de tercer semestre: Técnicas para el diseño y operación de actividades turísticas, en la que por un término de 4 horas aproximadamente, los estudiantes divididos en pequeños grupos acompañan a una camarera del Hotel Movich en su labor de aseo de una habitación y posteriormente ellos realizan dicha labor.

Los proyectos interdisciplinarios componen el método utilizado para la presentación del trabajo que finaliza cada ciclo propedéutico del programa. Por ejemplo en cuarto semestre (último semestre del ciclo técnico), todas las asignaturas, trabajan unidas para apoyar al estudiante en la realización de un plan de mejoramiento o plan de manejo turístico aplicado a un establecimiento, atractivo, ruta o área protegida que haya sido seleccionada con anterioridad para tal fin. En este proceso el estudiante utiliza todos los conocimientos adquiridos durante el ciclo técnico, apoyándose en la asesoría de los docentes presentes en el cuarto semestre, para configurar una propuesta que es presentada ante el director del programa, los docentes del semestre y los demás compañeros.

Este tipo de práctica permite además de interrelacionar las temáticas aprendidas en toda la carrera, afianzar la capacidad de síntesis y expresión oral en los estudiantes.

Estos tres tipos de práctica conforman el mecanismo que le permite a la escuela de Turismo sostenible combinar la teoría y la práctica en beneficio de las competencias y habilidades del futuro profesional. Sin embargo, no son suficientes si se tiene en cuenta la importancia que tiene para el sector turístico la formación integral del recurso humano, y más aún en una región en la que el empirismo es la

constante dentro de las organizaciones que componen la industria hotelera.

Cuadro No 5: Matriz D.O.F.A metodología utilizada en las prácticas de la escuela de turismo sostenible

MATRIZ D.O.F.A.
Definir estrategias que permitan: -Beneficios de las fortalezas; -Aprovechar las Oportunidades; -Mitigar las debilidades y aminorar impactos de las amenazas
FORTALEZAS (F)
<p>Permite conocer diferentes escenarios turísticos</p> <p>La buena programación y organización de las salidas de campo y visitas técnicas</p> <p>La interdisciplinariedad de los tres modelos de prácticas existentes</p> <p>Variedad de asignaturas prácticas que involucran gran parte del sector turístico (gastronómicas, hoteleras, aventura, salud, entre otras)</p>
DEBILIDADES (D)
<p>El tiempo asignado no es suficiente para aprender</p> <p>Alta inversión económica asumida por el estudiante en el caso de salidas de campo.-Los estudiantes no participan en la elección y logística de las práctica</p> <p>Falta de aprovechamiento de las herramientas legales como contrato de aprendizaje, práctica y pasantía</p> <p>Ausencia de infraestructura dentro de la universidad para apoyar la formación práctica (Cocina, laboratorios)</p> <p>Carencia de una metodología virtual</p> <p>Comportamiento de los estudiantes en estos escenarios</p> <p>Falta de promoción del programa de Administración del Turismo Sostenible, en el sector turístico</p> <p>Se utiliza a muy pocas empresas del sector en los convenios para las prácticas</p>
OPORTUNIDADES (O)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocer las necesidades de los escenarios turísticos ✓ La variedad de escenarios existentes (Parques naturales, Parques temáticos, Hotelaría, agencias de viajes, atractivos, agencias operadoras, restaurantes, entidades gubernamentales, entre otras)

- ✓ Plan de manejo del Paisaje Cultural Cafetero
- ✓ El reconocimiento nacional e internacional del que goza la Universidad tecnológica de Pereira (Facultad de Ciencias Ambientales-Escuela de Turismo Sostenible)
- ✓ Ser pioneros en la utilización de la sostenibilidad en un programa de turismo

ESTRATEGIAS RESULTADO DEL DOFA

ESTRATEGIAS FORTALEZAS – OPORTUNIDADES (Fn-On)

A partir de las necesidades identificadas en las prácticas, ofrecerles a estos lugares la oportunidad de tener un pasante o practicante universitario involucrar de manera práctica los estudiantes en las actividades del plan de manejo del Paisaje Cultural Cafetero
 Utilizar el buen nombre de la universidad, la variedad de asignaturas prácticas y el factor diferenciador de sostenibilidad del programa de turismo, mercadeándolo a nivel local, regional, nacional e internacional

ESTRATEGIAS (Dn-On) INTERNAS

- ✓ Fortalecer las prácticas existentes con los empresarios mediante las herramientas legales como el contrato de aprendizaje, pasantía y práctica para ampliar los tiempos de combinación de teoría y práctica
- ✓ Diseñar una estrategia que mediante el uso de la responsabilidad social empresarial involucre de manera económica a los empresarios del sector turístico tanto en salidas de campo como visitas técnicas para alivianar los costos a los estudiantes
- ✓ Diseñar una metodología que permita involucrar de manera directa a los estudiantes en la logística de las prácticas y salidas de campo
- ✓ Estudiar el plan de manejo del Paisaje Cultural Cafetero para identificar la posibilidad de:
 1. construcción de escenarios (cocina, laboratorio) para investigación que permita salvaguardar la cultura.
 2. Involucrar a los estudiantes en la ejecución del plan de manejo.
- ✓ Aprovechamiento de la herramienta Zeus en la creación de escenarios turísticos virtuales
- ✓ Vincular a la escuela de turismo en las asociaciones de:
 1. Estudiantes de turismo a nivel nacional
 2. Gremios y organizaciones turísticas (Cotelco, Anato, Acodres, Fenalco).
 3. Redes de universidades a nivel nacional e internacional de turismo

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promocionar la Escuela de Turismo dentro de la Universidad Tecnológica de Pereira ✓ Generar nuevas estrategias con más empresarios del sector ✓ Documentar las prácticas a través de bitácoras
ESTRATEGIAS (Fn-n)
<p>Implementación de formatos para seguimiento de la práctica</p> <p>Las prácticas se pueden preparar y costear mínimo con 6 meses de anticipación para que los estudiantes puedan ahorrar en el caso de las salidas</p> <p>En el caso de las prácticas empresariales se debe mercadear al estudiante ante las empresas</p>
ESTRATEGIAS (Dn-An)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar planes de acción que permitan validar los resultados de las prácticas ✓ Diseñar una estrategia comercial en la que se le ofrezca a los empresarios del sector en temas específicos, compartir la cuota de practicantes del Sena con la Universidad

Fuente: Elaboración propia, con base en resultados de entrevistas a los docentes de la Escuela de Turismo Sostenible, UTP, 2014.

5.2.2.2. Necesidades de formación práctica de los funcionarios de la industria hotelera

Teniendo en cuenta la entrevista realizada a la señora Maria Cecilia Jimenez gerente de Movich Hotel de Pereira, donde manifiesta que hay una necesidad de personal capacitado en la región, toda vez que cuando se requiere ocupar cargos estratégicos, es necesario importarlos de otras regiones del país y para algunos cargos además de la inducción, es necesario enseñar todo el saber hacer de la labor, sin contar con que después de estar suficientemente capacitados son tentados por otros hoteles, lo que genera altos costos en todo este proceso debido a la rotación constante de personal, sobre todo en el departamento de alimentos y bebidas.

Sumado a esto el señor Eduardo Andres Sanchez, Director Regional Eje Cafetero de Proexport, insiste en la necesidad de subir los en los

standares de calidad en el servicio y fortalecer el tema de preparación del café y atractivos turisticos.

El éxito del servicio hotelero depende de una excelente capacitacion del personal, sin embargo, “se pretende obtener mejores resultados pero no se logrará haciendo lo mismo” a si lo expresa Mauricio Trejos integrante de la junta directiva de Cotelco.

Por todo lo anterior y lo expresado por importantes representantes de la industria hotelera en Pereira, las necesidades de capacitación que se evidencian son en las áreas de bilinguismo, protocolos de servicio, etiqueta en el buen vestir, conocimientos básicos de historia y preparacion del café, oferta de cafes especiales en la ciudad (tanto tomar una buena tasa de café, como para comprar café de la región), información turistica, preparación en alimentos y bebidas y capacitación de alto nivel en servicio de alojamiento para ama de llave y camareras.

Cuadro No 6: Necesidades de capacitación para el sector turistico

Necesidades de Capacitación	Bilinguismo	Protocolos de servicio	Etiqueta en el buen vestir	Preparación de café, ofertas de café
Aplica a	Empleados turísticos	Empleados turísticos	Empleados turísticos	Personal de gastronomía
Necesidades de Capacitación	Información turística	Preparacion en alimentos y bebidas	Alto nivel de servicio de alojamiento de ama de llaves	Preparacion en cultura general e historia de la región
Aplica a:	Empleados turísticos	Personal de gastronomía	Empleados de alojamiento	Empleados turísticos

5.2.2.3. Interrelación de necesidades

Al analizar los resultados de las necesidades de formación práctica de la academia (estudiantes de turismo UTP) y del sector turístico (industria hotelera) se evidencia una clara división, en la que la academia pretende ir más allá de la labor operativa, en busca de profesionales integrales que puedan emplearse, pero también formar empresa, asesorar establecimientos turísticos, formular proyectos o realizar procesos de investigación que le aporten al sector, mientras la industria hotelera enfoca su necesidad en procesos netamente operativos, que van desde saber tender una cama y porque debe ser impecable el arreglo de una habitación, hasta las técnicas de servicio al cliente.

Detectando así la necesidad de personal capacitado en el **saber hacer** en la industria hotelera en Pereira, se concluye que la academia debe reforzar esta falencia que presenta el sector sin descuidar su objetivo de lograr profesionales integrales

Además que la matriz D.O.F.A aplicada a la Escuela de Turismo Sostenible de la UTP, muestra la necesidad de fortalecer el aprendizaje práctico, para poder garantizarle a los futuros egresados del ciclo tecnológico, que así lo decidan, su inserción al mercado laboral.

5.2.3. Modelo de rotaciones y productos de la escuela hotel

A continuación se presenta la descripción detallada de cada uno de los productos diseñados para el funcionamiento de la escuela hotel, los que resultan no solo de las necesidades de la academia y el sector turístico (universidad-empresa), sino de la oportunidad que genera la suma de las potencialidades de las partes involucradas (UTP y Movich Hotel de Pereira) para esta primera fase.

Esto aunado a la infraestructura diseñada especialmente para la formación práctica, generando espacios para la realización de procesos, extensión e investigación que conlleven a la innovación, como lo son: modelo de formación para programas académicos en hotelería, gastronomía, eventos y convenciones, cursos taller, jornadas prácticas por áreas funcionales, seminarios prácticos e investigativos, certificación de competencias laborales, diplomados, realización de eventos académicos y modelo de formación investigativa.

De esta manera se logra un aporte mayor a lo planteado inicialmente, toda vez que no solo se producen beneficios para la comunidad estudiantil del programa de Administración del Turismo Sostenible y para el nivel de capacitación del grupo humano del hotel Movich, sino, para los funcionarios del sector, otras instituciones educativas con programas en turismo y otros establecimientos turísticos de la región, a la vez que se amplía el mercado objetivo, permitiendo la segmentación del mismo.

5.2.3.1. Descripción general de los diferentes productos

A continuación se hace una descripción general de cada uno de los productos de la escuela hotel través del siguiente cuadro que permite visualizar el producto, su descripción y a qué tipo de formación académica pertenece.

Cuadro No 7: Descripción general de productos

Ídem	Nombre del producto	Descripción general	Tipo de formación académica
1	Aula Viva ATS-UTP	Modelo de formación práctica por rotaciones, diseñado a la medida de la Escuela de Turismo Sostenible de la UTP, para el programa de Administración del turismo Sostenible. Este producto consiste en la rotación de los estudiantes de dos líneas de profundización (gastronomía y hotelería), por las áreas afines del hotel Movich, durante los cuatro meses del quinto semestre del programa.	Modelo de formación práctica para programas académicos en hotelería gastronomía y eventos y convenciones
2	Aula Viva Academia	Modelo de formación práctica por rotaciones, abierto a otras instituciones educativas con programas en turismo a nivel local, regional o nacional (con certificación de la UTP). Teniendo en cuenta que todos los programas académicos son diferentes, este producto se diseñará con base en los requerimientos del centro de formación, con el fin de contribuir en el logro de las competencias prácticas que el programa académico requiera.	Modelo de formación práctica para programas académicos en hotelería gastronomía y eventos y convenciones
3	Prácticas de Verano	Modelo de práctica para los estudiantes que deseen adelantar el 5 semestre, este se realizara en las vacaciones de mitad de año y final de año	Modelo de formación práctica para programas académicos en hotelería gastronomía y eventos y convenciones
4	Prácticas/ área operativa	En el ciclo técnico del programa de Administración del Turismo Sostenible de la UTP, hay seis asignaturas que requieren práctica: 1. Técnicas de recepción, ama de llaves y auditoria, 2. Técnicas para la	Curso teórico práctico

	ATS-UTP	preparación de alimentos y bebidas 3. Organización de servicios hoteleros 4. Organización de servicios gastronómicos. 5. Supervisión en la calidad y control de servicios hoteleros. 6. Supervisión en la calidad y control de procesos gastronómicos (incluido evento y convenciones). El producto consiste en desarrollo de una práctica de cuatro horas y dos o cuatro días durante el semestre, de acuerdo a los requisitos de cada asignatura, incluyendo charla con el funcionario encargado, recorrido por el área funcional y ejercicio práctico.	
5	Prácticas/ área operativa Academia	Prácticas por área funcional abiertas a otras instituciones educativas con programas en turismo a nivel local, regional o nacional. Teniendo en cuenta que todos los programas académicos son diferentes, este producto se diseñará con base en las asignaturas que los centros de formación interesados consideren que requieran práctica. El producto consiste en desarrollo de una práctica entre dos y cuatro horas y dos o cuatro días durante el semestre, de acuerdo a los requisitos de cada asignatura, incluyendo charla con el funcionario encargado, recorrido por el área funcional y ejercicio práctico.	Curso teórico práctico
6	Ingles técnico para hotelería	Curso con una duración de dos meses y una intensidad horaria de 6 horas semanales dirigido a los empleados del turístico en todos los niveles	Curso
7	Etiqueta y protocolos de servicio	Este curso sería dictado por la conocida señora Lia de Falques con estudios en neuro coaching empresarial ontológico, organizacional, comercial, asesora de imagen con especialización en visajismo y estética Incluye etiqueta en el buen vestir, estaría dirigido en primera instancia a los mandos medios de los hoteles	Curso taller

8	Café, Pcc	Este curso tiene como objetivo profundizar en los conceptos de café, formas de preparación, así como aprender sobre la cultura cafetera y donde tomarse un buen café en la región (en sus diferentes presentaciones), dirigido a los gerentes generales, gerentes o jefes de alimentos y bebidas y el personal de servicio de alimentos y bebidas	Curso taller
9	Reconocimiento de atractivos turísticos	Este curso Tiene como objetivo recorrer los atractivos turísticos de la ciudad de Pereira y del Risaralda, al igual que formar grupos de trabajo para descubrir nuevos lugares que puedan incluirse en los sitios recomendados, cada estudiante debe elaborar su propio directorio de acuerdo a la necesidad del hotel.	Curso práctico
10	Rescate de la cocina tradicional	Este curso tiene como objetivo rescatar la cocina tradicional de la Cultura Cafetera, seria dictado directamente por los líderes en cocina de las comunidades indígenas y afro descendientes, al igual que personas reconocidas en los diferentes municipios con esta habilidad. Con una duración de un semana.	Curso práctico
11	Tendencias en decoración hotelera	Este curso tiene como objetivo involucrar a las amas de llaves y gerentes de los hoteles para que estén actualizados en las tendencias de decoración y que al final de curso sean ellos mismo los que generen una decoración con sabor local.	Curso práctico
12	Taller en servicio de hospitalidad	El objetivo de este taller es actualizar a las camareras y al personal de alojamiento en las normas vigentes, además estandarizar el servicio en los hoteles en estas áreas.	eventos académicos

13	Certificación de competencias laborales en hotelería	El objetivo número uno de esta certificación es validar los conocimientos de las personas que llevan muchos años realizando la misma labor y que son exitosos en esta. La certificación se realizaría a los empleados operativos y en las normas técnicas de competencia laboral vigentes.	y modelo de formación investigativa
14	Innovación hotelera	Para gerentes generales y administrativos de la industria hotelera. Este diplomado tiene como objetivo despertar la creatividad de los líderes hoteleros, para que desde Pereira se innove en los modelos de gestión hotelera	Diplomado

5.2.3.2. Modelo de rotaciones en el producto Aula Viva ATS-UTP

El producto base de este proyecto, es denominado “Aula Viva ATS-UTP”, que corresponde al modelo de formación práctica por rotaciones, diseñado a la medida de la Escuela de Turismo Sostenible de la UTP, para el programa de Administración del turismo Sostenible.

Como se menciona anteriormente este producto consiste en la rotación de los estudiantes de dos líneas de profundización (gastronomía y hotelería), por las áreas afines del hotel Movich, durante los cuatro meses del quinto semestre del programa.

5.2.3.3.1. Componentes del producto “Aula Viva ATS-UTP”

La capacidad establecida en la infraestructura de la escuela hotel es de 25 estudiantes por línea de profundización, es decir, 50 estudiantes por semestre (de febrero a mediados de junio y de agosto a mediados de noviembre).

A continuación se relacionan los elementos que harán posible el producto “Aula Viva ATS-UTP”.

Cuadro No 8: Componentes del producto “Aula Viva ATS-UTP”

Componentes	Herramienta	Descripción
Rotación	Modelo de rotaciones que a su vez contiene: 1. Perfil del estudiantes participa 2. Seminario de inducción a la práctica de alojamiento e inducción a la práctica de alimentos y bebidas. 3. Listados de chequeo de cada una de las rotaciones para la evaluación del estudiante. 4. Retroalimentación final de la práctica.	Modelo de formación práctica en el que los estudiantes rotan por los departamentos del hotel, que estén involucrados con las líneas de profundización del programa de Administración de Turismo Sostenible.

Coordinador general de la escuela hotel	Manual de funciones	Es el cargo correspondiente a la cabeza visible del convenio, quien se encargará de administrar las rotaciones y rendir informes tanto a la universidad como al hotel.
Tutor	1. Seminario de inducción a la práctica de alojamiento e inducción a la práctica de alimentos y bebidas. 2. Listados de chequeo de cada una de las rotaciones para la evaluación del estudiante.	Es el docente nombrado por la universidad, que acompañara las rotaciones y garantizará que los estudiantes cumplan con los objetivos formulados en cada rotación.
Guía	Listados de chequeo de cada una de las rotaciones para la evaluación del estudiante.	Funcionario del hotel, responsable del área donde estén rotando los estudiantes.
Alquiler de espacios correspondientes a 104 mts cuadrados	Contrato de arrendamiento con el hotel Movich	El área total a utilizar es de 104 metros cuadrados y teniendo el avalúo catastral del hotel (\$ 55.177.500=) con un área construida de 7.700 metros cuadrados y con un valor por metro cuadrado de (\$7.158.116), el valor del arriendo sería: \$ 5.167.000.00 mensual.
Alimentos	Programación entregada por el tutor de la línea de profundización para los platos a preparar durante el periodo	Alimentos utilizados durante el taller práctico

	de la rotación	
Papelería y tóner	Programación entregada por la papelería necesaria durante el periodo de la rotación.	Papelería necesaria para llevar a cabo el proceso de rotaciones, tales como, listados de chequeo para las evaluaciones individuales, los procedimientos para la preparación de los platos.
Uniformes	Programación entregada por el tutor de la línea de profundización sobre el número de estudiantes que requiere uniforme.	Todos los estudiantes deben estar uniformados para realizar las rotaciones.
ARL	1.Listado de estudiantes 2. Contrato con la empresa prestadora del servicio.	Como requisito indispensable para el inicio de las rotaciones, todos los estudiantes deben estar afiliados a una ARL.
Pólizas	1. Póliza de cumplimiento. 2.Póliza de anticipo 3.Póliza de prestaciones sociales 4.Póliza de responsabilidad civil extracontractual 5.Póliza de estabilidad o calidad de la obra	Son los requisitos que se deben cumplir cuando hay un convenio entre dos partes.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.3.3.2. Descripción metodológica del producto “Aula Viva ATS-UTP”

La escuela hotel cuenta con un producto base que consiste en un modelo curricular de formación práctica en técnicas del

servicio, apoyado en la rotación de los estudiantes que cursan el ciclo tecnológico del programa de Administración del Turismo Sostenible de la UTP, por las diferentes áreas que componen el departamento de alojamiento, alimentos y bebidas y eventos y convenciones; rotación en la que el estudiante será parte activa de la operación diaria, ejecutando labores en compañía de un empleado del hotel y enfrentándose a situaciones reales.

Teniendo en cuenta que el ciclo técnico, con sus cuatro semestres, está basado en el saber hacer y se ven asignaturas en hotelería y gastronomía se considera conveniente realizar las rotaciones en quinto semestre, para darle continuidad práctica a lo visto teóricamente en los anteriores semestres.

Considerando que el programa cuenta con dos líneas de profundización, que son hotelería y gastronomía, el modelo de rotaciones permite que los estudiantes de cada línea, vivan los departamentos del hotel afines al tema de estudio, de la siguiente manera:

Línea de profundización en hotelería: Recepción, Ama de llaves, Mantenimiento y Auditoría.

Línea de profundización en gastronomía: Cocina fría, Cocina caliente, Restaurante y bares y Eventos y convenciones.

De esta manera la operación del hotel tendrá en cada área, máximo dos estudiante haciendo su rotación, facilitando de esta forma una atención mayor del hotel en su proceso de aprendizaje, además de contar con un guía, que sería el jefe del departamento y se encargará de coordinar el cumplimiento del objetivo esperado.

Por su parte la Universidad en cabeza de un tutor por línea de profundización, liderará el proceso de formación, entregándole al guía (Jefe de área del hotel) una lista de chequeo, que será validada o modificada previamente por ambos. El cumplimiento de esta herramienta también servirá como evaluación de desempeño para ambas partes.

El Anexo A contiene un ejemplo de lista de chequeo, elaborada para la rotación del departamento de recepción.

Al inicio del quinto semestre se realizará un seminario, con duración de un mes, de lunes a viernes, llamado inducción a la práctica de alojamiento e inducción a la práctica de alimentos y bebidas, en donde el estudiante entrará en contexto con el modelo de rotaciones, los estándares del hotel, los horarios, los uniformes y visitas guiadas al hotel. En el segundo mes, se dará inicio a las rotaciones.

En virtud de lo anterior, de las 16 semanas estipuladas para el semestre, 4 estarán dedicadas al seminario de inducción a la práctica y las 12 restantes a las rotaciones, quedando una matriz de horarios como se ve a continuación en el cuadro No 9.

El producto, que constituye un modelo curricular de formación práctica en técnicas del servicio, tiene dos escenarios, pensando en los estudiantes que trabajan y los que solo están dedicados a estudiar así:

Cuadro No 9: Matriz modelo de rotación Aula Viva ATS-UTP para hotelería

MODELO DE ROTACIÓN PARA HOTELERÍA								
DEPARTAMENTO	HORARIOS					No HORAS/ SEMANA	CREDITOS / SEMANA	SEMAN A
	HORARIOS ROTACION No 1	HORARIOS ROTACION No 2	HORARIOS ROTACION No 3	HORARIOS ROTACION No 4	HORARIOS ROTACION JORNADA ESPECIAL No 5			
RECEPCIÓN								
Teléfonos y Conserjería	lunes-miércoles y viernes 8:00 am a 4:00 pm	lunes-miércoles y viernes de 2:00 pm a 10:00 pm.	martes-jueves y sábado de 6:00 am a 2:00 pm	martes-jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm	24	16	5
Reservas y operación turística	lunes-miércoles y viernes 8:00 am. a	lunes-miércoles y viernes de 2:00 pm. a	martes-jueves y sábado de 6:00 am. a	martes-jueves y sábado 2:00 pm. a	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y	24	16	6 y 7

	4:00 pm	10:00 pm.	2:00 pm	10:00 pm.	sábado de 2:00 pm a 6:00 pm			
Front desk y auditoria	lunes-miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes-miércoles y viernes de 2:00 pm. a 10:00 pm.	martes-jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes-jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm	24	16	8 y 9
Jefatura de recepción y departamento comercial	lunes-miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes-miércoles y viernes de 2:00 pm. a 6:00 pm.	martes-jueves y sábado de 8:00 am. a 4:00 pm	martes-jueves y sábado 8:00 pm. a 4:00 pm.	No aplica por horarios de los funcionarios	24	16	10
AMA DE LLAVES								
Lavandería, lencería	lunes-miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes-miércoles y viernes de 2:00 pm. a 4:00 pm. y sábado y	martes-jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes-jueves 2:00 a 4:00 y sábado y domingo 8:00 a 4:00	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a	24	16	11 y 12

		domingo 8:00 a 4:00			6:00 pm			
Áreas y pisos	lunes- miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes- miércoles y viernes de 2:00 pm. a 10:00 pm.	martes- jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm	24	16	13 y 14
Jefatura ama de llaves	lunes- miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes- miércoles y viernes de 2:00 pm. a 6:00 pm.	martes- jueves y sábado de 8:00 am. a 4:00 pm	martes- jueves y sábado 8:00 pm. a 4:00 pm.	No aplica por horarios de los funcionarios		16	15
MANTENIMIENTO								
Mantenimiento	lunes- miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes- miércoles y viernes de 2:00 pm. a 10:00 pm.	martes- jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm			16

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No 10: Matriz modelo rotación Aula Viva ATS-UTP para gastronomía, eventos y convenciones

MODELO DE ROTACIÓN PARA GASTRONOMÍA, EVENTOS Y CONVENCIONES								
DEPARTAMENTO	HORARIOS					No HORAS/ SEMANA	CREDITOS/ SEMANA	SEMANA
	HORARIOS ROTACION No 1	HORARIOS ROTACION No 2	HORARIOS ROTACION No 3	HORARIOS ROTACION No 4	HORARIOS ROTACION JORNADA ESPECIAL No 5			
COCINA								
Mayordomía y BMP	lunes- miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes- miércoles y viernes de 2:00 pm. a 10:00 pm.	martes- jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm	24	16	5
TALLER COCINA	lunes- miércoles y viernes 2:00 pm. a 10:00 pm	martes- jueves y sábado de 6:00 PM. a 10:00 pm.	lunes- miércoles y viernes 6:00 PM. a 10:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 06 pm a 10:00 pm y sábado de 08 am a 2:pm	24	16	6

COCINA FRIA	lunes- miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes- miércoles y viernes de 2:00 pm. a 10:00 pm.	martes- jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm	24	16	7
TALLER DE COCINA	lunes- miércoles y viernes 2:00 pm. a 10:00 pm	martes- jueves y sábado de 6:00 PM. a 10:00 pm.	lunes- miércoles y viernes 6:00 PM. a 10:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 06 pm a 10:00 pm y sábado de 08 am a 2:pm	24	16	8
COCINA CALIENTE	lunes- miércoles y viernes 8:00 am. a 4:00 pm	lunes- miércoles y viernes de 2:00 pm. a 10:00 pm.	martes- jueves y sábado de 6:00 am. a 2:00 pm	martes- jueves y sábado 2:00 pm. a 10:00 pm.	Lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y sábado de 2:00 pm a 6:00 pm	24	16	9

Fuente: Elaboración propia

5.3. MODULO DE MERCADOS

5.3.1. Análisis del mercado

El mercado de la escuela hotel se puede diferenciar claramente en dos grupos:

Mercado real: Está conformado por los estudiantes de turismo del programa de Administración del Turismo Sostenible, que son los consumidores actuales de las prácticas y que serán los usuarios iniciales de la escuela hotel

Mercado potencial: Este mercado esta segmentado en tres grupos específicos, que son: 1. Bachilleres (egresados o próximos a graduarse) con interés en estudiar turismo. 2. Actuales estudiantes de otros programas académicos en turismo en la región. 3. Funcionarios de la industria hotelera, gastronómica y de eventos y convenciones que estén interesados en certificar sus competencias laborales, en hacer el pregrado con la UTP o en participar en los programas de educación continuada que ofrece la escuela hotel

5.3.1.1. El entorno

El turismo en Colombia ha mostrado una dinámica de crecimiento importante, sobre todo a partir de la recuperación de la economía que se inició en 2003 y de la mejora en las condiciones de seguridad del país, que se han traducido en un incremento de turistas internacionales y en una fuente significativa de divisas.

Según Proexport, la llegada de viajeros extranjeros viene creciendo a un ritmo anual promedio cercano al 10% en los últimos 10 años, donde el 61.3% declara entrar al país por asuntos de turismo y el 7.6% tuvo como motivo de viaje la asistencia a eventos promovidos por diferentes ciudades.

En el eje Cafetero, el turismo en un renglón estratégico de la región, que busca consolidar su oferta no sólo para visitantes nacionales, sino también internacionales, a los que además se les ofrecen circuitos que cubren los tres departamentos, desde la nieves perpetuas del Nevado del Ruiz, cerca de Manizales, las aguas termales de Santa Rosa de

Cabal, en Risaralda, y los parques temáticos del Quindío, únicos en el país.

Por otro lado, al analizar el entorno de la educación superior en Colombia, es claro identificar una transformación rápida, por el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, lo que ha traído más exigencias de calidad y productividad.

Las dimensiones de la educación superior se han ampliado, el tiempo lineal se vuelve un ciclo permanente de aprendizaje. Se crean nuevas formas de capacitación, aparecen nuevas necesidades de formación y entrenamiento, nuevos modos de competencia y cambios en las estructuras y la operación. Como resultado, surge una gran variedad de configuraciones y modelos de organización, así como alianzas, conexiones y asociaciones dentro y fuera del sector de la educación superior, involucrando gobiernos e industrias relacionadas y de apoyo.

5.3.1.2. El consumidor

Desde el análisis del mercado real, se establece claramente el consumidor inicial de los productos en formación práctica de la escuela hotel, y estos son los estudiantes del programa de Administración del Turismo Sostenible de la UTP.

5.3.1.3. Análisis de la competencia

Con el objetivo de identificar la competencia de la escuela hotel se realiza un recorrido por los mecanismos prácticos utilizados en todos los programas académicos en turismo en la región.

Y se encontró que la región del Paisaje Cultural Cafetero conformada por los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca (sectores norte y centro) y específicamente en los tres primeros departamentos, cuenta con cuatro universidades que tienen en su haber programas de educación superior en turismo, las que mencionamos a continuación, con el fin de establecer cuál es el método actual de práctica utilizada por dichos programas.

Cuadro No 11: Instituciones educativas con programas académicos en turismo en la región del Paisaje Cultural Cafetero

Universidad Católica de Manizales	
Ubicación: Manizales, sector urbano Carrera 23 No. 60-63	
Pregrado: Administración Turística	Duración: 10 semestres
Descripción de la práctica: Pasantía: En el plan de estudio ésta es de cumplimiento obligatorio Visitas académicas: La parte administrativa de la universidad realiza los contactos con el sector Instalaciones propias para la práctica: No cuentan con estas, son utilizados hoteles que contactan los docentes	
UNISARC	
Ubicación: Santa Rosa de Cabal, sector rural: Km. 4 vía Santa Rosa – Chinchiná	
Pregrado: Administración Turística y del Patrimonio	Duración: 10 semestres.
Descripción de la práctica: El programa académico no exige práctica empresarial como requisito de titulación. Visitas académicas: La parte administrativa de la universidad realiza los contactos con el sector Instalaciones propias para la práctica: No cuentan con estas, son utilizados hoteles que contactan los docentes	
EAM Escuela de administración y mercadotecnia del Quindío	
Ubicación: Armenia, Sector urbano Avenida Bolivar No. 3 – 11	
Pregrado: Administración de Hotelería y Turismo	Duración: 9 semestres, ciclos propedéuticos.
Descripción de la práctica: En los dos primeros ciclos exigen una practica de 3 meses en un hotel agencia o restaurante, sin esta no pueden pasar al siguiente ciclo, en el octavo semestre el estudiante debe decidir	

si realiza seminario o una investigacion sobre la problemática del turismo. estos dos ultimos generan un semestre adicional a los 9 semestres establecidos.

Instalaciones propias para la práctica: Cuentan con una cocina con todos los estándares de calidad, avalada por Bakkho, que a su vez es una empresa certificada en la NTS-USNA 008 en tres tenedores

Universidad Tecnológica de Pereira

Ubicación: Pereira, sector urbano Vereda La Julita

Pregrado: Administración del turismo sostenible

Duración: 10 semestres en ciclos propedéuticos

Descripción de la práctica:

El programa académico no exige práctica empresarial como requisito de titulación.

Visitas académicas: **La parte administrativa de la universidad realiza los contactos con el sector.**

Prácticas interdisciplinarias: En el último semestre de cada cada ciclo propedeutico, el estudiante debe presentar un proyecto que involucre todas las asignaturas de dicho semestre, así:

Ciclo Técnico: Plan de manejo.

Ciclo Tecnológico: Plan de negocios.

Ciclo Profesional: Investigación

Instalaciones propias para la práctica: No cuentan con estas, son utilizados hoteles que contactan los docentes

Fuente: Elaboración propia a partir de información institucional, 2013

La descripción anterior muestra que en las capitales de cada uno de los departamentos de la región del denominado “Eje Cafetero”, existen entidades dedicadas a la educación superior en temas turísticos, con el visible compromiso por brindarle a la industria,

personal capacitado no sólo en desarrollar una labor específica, sino que pueda aportarle nuevas propuestas.

Pero es claro que los hoteles escuela están diseñados para combinar la teoría y la práctica y que es un tema nuevo en Colombia donde se quiere aplicar la triada Universidad-Empresa-Estado en el sector hotelero, sin embargo es un modelo que podría ser aplicado por cualquier institución educativa o empresa que esté dispuesta a realizar por este medio un aporte a la educación y a la economía del país.

A nivel local, regional y nacional esta tarea ha sido liderada por el SENA, quien se ha enfocado en el saber hacer, también existen instituciones en Pereira que ofrecen programas en turismo e instituciones especializadas en la enseñanza de la gastronomía como son el Servicio Nacional de Aprendizaje, Escuela gastronómica Ego café y la Fundación Universitaria del Área Andina.

El nivel competitivo más cercano internacionalmente estaría representado por el Hotel Escuela del Intercontinental ubicado en Panamá, no se podría incluir a VENETUR en esta competencia internacional ya que para acceder a la educación en Venezuela se requiere ser nacionalizado en este país.

**Cuadro No 12: Competencia directa del proyecto
Escuela Hotel**

Empresa: The Panama International Hotel School y Holiday inn www.panamahotelschool.org Teléfono (507) 317 4050. Ave. Omar Torrijos Herrera Clayton, Panamá	
Descripción del negocio	The Panamá Internacional Hotel School fue creado con el objetivo de fortalecer la marca Holiday inn en Panamá además de fortalecer el saber hacer de los empleados de la cadena hotelera Intercontinental, contribuye a capacitar a futuros jóvenes en temas de alimentos y bebidas y alojamiento, es una escuela privada con costos aproximados de 10 millones de pesos por diplomado, cuenta con 137 habitaciones, salones de reuniones y

	eventos con capacidad de 500 personas, restaurante y bar para los estudiantes, 12 salas y laboratorios especializados, que incluyen un teatro cocina, laboratorios de bebidas, salones de entrenamiento de servicios, laboratorio de informática, biblioteca y un área de reuniones de estudio con alta tecnología.
Producto	Diplomado 3 meses; Especialización 6 meses y, Hospitality industry management 3 años. Los estudios que se realizan en el hotel están enfocados en los puestos operativos y administrativos de un hotel, tales como: dirección de Alimentos y Bebidas, Room Revenue, administración del departamento de alojamiento, director de Banquetes entre otros.
Ventajas de la competencia	El tener este hotel escuela cerca implica que el futuro producto Escuela hotel de la Universidad Tecnológica de Pereira-Movich hotel de Pereira, se prepare con un alto nivel para salir al mercado. Es una escuela que no está enfocada en la sostenibilidad y la investigación
Desventajas de la competencia	Cuentan con más años de experiencia. Fue construido pensado en un hotel escuela y pertenece a una cadena internacional con un soporte económico y reconocimiento.

Fuente: Elaboración propia

5.3.2. Investigación de mercados

5.3.2.1. Antecedentes

A continuación se relacionan antecedentes en aspectos turísticos de Colombia, Pereira, La Universidad Tecnológica de Pereira y Movich Hotel de Pereira como empresa hotelera que lidera el proceso, con el fin de observar la manera en que estos se pueden articular en la consolidación de la escuela hotel.

▪ El turismo en Pereira

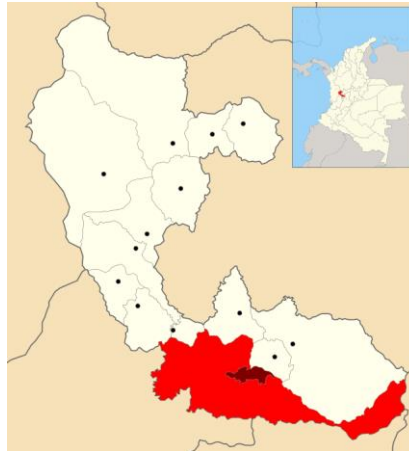
Identificada la importancia del turismo para Colombia y el desarrollo regional, más el creciente posicionamiento del eje cafetero como el segundo destino nacional elegido por los colombianos, como lo registró el portal despegar.com para la semana santa de 2014³⁸, donde seguido de la Costa Atlántica fue el destino predilecto. Pereira constituye una ciudad privilegiada.

Pereira es la ciudad más poblada de la región del eje cafetero, cuenta con más de 464.719 habitantes, con un área municipal de 702 km², con temperaturas promedio anual entre los 17 °c y 26°c.

Conforma el área metropolitana del centro occidente, junto con los municipios de Dosquebradas y la Virginia y los tres municipios alcanzan 800.000 habitantes aproximadamente.

Está ubicada en el centro del triángulo de oro (Bogotá, Medellín y Cali), lo que ha cobrado especial relevancia principalmente en el ámbito del comercio.

Foto No 12: Mapa departamento de Risaralda-Colombia



Fuente: www.wikipedia.com

³⁸ LA TARDE. Eje cafetero: segundo destino turístico del país. Disponible en línea: [<http://www.latarde.com/noticias/economica/132313-eje-cafetero-segundo-destino-turistico-del-pais>].

Según el plan maestro de turismo “Pereira Caleidoscopio Turístico” Pereira cuenta con el 100% de servicio de acueducto y alcantarillado de las viviendas legalmente construidas, una cobertura del 99.33% de energía, superior al indicador de cobertura nacional de 93.6%, una infraestructura apoyada en el aeropuerto internacional Matecaña, el terminal de transportes y vías de acceso en buen estado.³⁹

Según reporte en marzo de 2013, entregado por Beatriz Elena Correa directora ejecutiva de Cotelco capítulo Risaralda, Pereira cuenta con una base de 1919 camas y 945 habitaciones⁴⁰, con un 30% de crecimiento en la oferta de alojamiento entre 2005 y 2011⁴¹, lo que muestra el crecimiento constante del turismo en la ciudad.

Adicionalmente la declaratoria del paisaje cultural cafetero en 2011 y el desarrollo de importantes proyectos para el sector turístico como el parque temático de fauna y flora de Pereira, centro de convenciones Expo futuro, la remodelación del aeropuerto Matecaña, las nuevas ofertas que tiene el parque recreacional Comfamiliar Risaralda, además de hermosos escenarios con gran potencial como la cuenca del río Otún, con el santuario de flora y fauna y el centro de visitantes la Pastora y El Salado de Consotá⁴², demuestran la proyección turística del municipio.

³⁹ FIRMA CONSULTORA: TOURISM CONSULTING S.A.S. Plan Maestro de Turismo de Pereira 2012 “Pereira caleidoscopio turístico”. Disponible en línea: [<http://www.risaraldaturistica.com.co/contenido-plan-maestro-turismo-pereira-411.html>].

⁴⁰ GOBERNACIÓN DE RISARALDA. Domingo de pascuas reportó más ocupación hotelera en Semana Santa. Disponible en línea: [<http://www.risaralda.gov.co/site/main/cmsnews/webShow/37629>].

⁴¹ Andrés Rivera Berrio. Estudio de Mercado Escuela de Turismo 2007

⁴² CPC AGENCIA. Investigación de mercados y plan de mercadeo sector turístico de Pereira 2013.

- **El turismo en la Universidad Tecnológica de Pereira**

La academia busca acompañar este proceso de crecimiento del sector turístico, es por eso que La Universidad Tecnológica de Pereira en su Facultad de Ciencias Ambientales abre el programa de Administración de Turismo Sostenible por ciclos propedéuticos.

La Universidad Tecnológica de Pereira es una universidad oficial fundada en 1961 según ley 41 del 15 de diciembre de 1958, su gestor y primer rector fue el señor Jorge Roa Martínez, inició labores académicas el 4 de marzo de 1961, con un solo programa, Ingeniería eléctrica, y un año después se crearía Ingeniería Mecánica e Industrial. En 1965 se funda el Instituto Pedagógico Musical de Bellas Artes como dependencia de extensión cultural.

Mediante la Ley 61 de 1963 se crea el Instituto Politécnico Universitario, cuyas labores empiezan en 1966 con las Escuelas Auxiliares de Ingeniería: Eléctrica, Mecánica e Industrial, en la actualidad Facultad de Tecnologías, con los programas de Tecnología Eléctrica, Mecánica e Industrial, en 1968 inician las Escuelas de Dibujo Técnico y Laboratorio Químico. (Esta última convertida hoy en Escuela de Tecnología. En 1967 se funda la Facultad de Ciencias de la Educación, con el objeto de profesionalizar y capacitar el personal docente de los otros niveles del sector educativo, con los programas de Licenciatura en Ciencias Sociales, Español y Comunicación Audiovisual y Matemáticas y Física.

En 1977 se crea la Facultad de Medicina, para atender las necesidades de la región en materia de salud. Durante los años 1989 hasta 1994 se creó el programa de Ciencias del Deporte y la Recreación, adscrito a la facultad de medicina, posteriormente se funda la facultad de Ciencias Básicas y la de Ciencias Ambientales, entre otros programas que hoy en día son reconocidos a nivel regional, dándole una posición elevada a la institución, al ofrecer un completo portafolio educativo.

En sus últimos 10 años La Universidad ha venido impulsando programas de formación avanzada o de Postgrado, en unos casos con recursos humanos, técnicos y físicos propios y en otros, mediante convenios con otras Instituciones de Educación Superior.

A través de la historia, la Universidad Tecnológica de Pereira ha logrado un notorio desarrollo, su zona de influencia es cada vez mayor respecto al ingreso de estudiantes de todas las regiones del país y de países vecinos⁴³.

Foto No 10: Campus universitario UTP



Fuente: www.utp.edu.co

La Facultad de Ciencias Ambientales cuenta con dos programas: administración del Medio Ambiente y Administración del Turismo Sostenible siendo este último por ciclos propedéuticos compuestos por: Técnico Profesional en Procesos Turísticos Sostenibles (Registro Calificado No 53648), Tecnólogo en Gestión del Turismo Sostenible (Registro Calificado No. 53649) y Administrador del Turismo Sostenible (Registro Calificado No. 53650).

43 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA. Historia. Disponible en línea: [<http://estudios.universia.net/colombia/institucion/universidad-tecnologica-pereira>]

Foto No 11: Facultad de Ciencias Ambientales de la UTP



Fuente: www.blog.utp.edu.co

Dicho pregrado abre el camino para que administrativamente se cree la Escuela de Turismo, una dependencia que, al interior de la Facultad de Ciencias Ambientales, se encarga de dirigir el desarrollo del pregrado por ciclos y de todas aquellas expresiones académicas que giran en torno a la formación en este campo, es decir, liderara su desarrollo curricular apoyándose en los departamentos académicos que componen la Facultad (Depto. de Estudios Interdisciplinarios, Depto. de Ciencias Administrativas, Depto. de Ciencias Básicas ambientales), orienta el desarrollo de proyectos de investigación apoyándose para ello en las líneas y semilleros que se vayan creando para tal fin o que vayan adoptando temas afines o requeridos por el sector turístico. Igualmente orientará el desarrollo de posgrados (con el apoyo de la Escuela de Posgrados de la Facultad) y de proyectos de educación continua que contribuyan con los procesos de formación para el sector turístico.⁴⁴

44 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA. Historia. Disponible en línea: [<http://estudios.universia.net/colombia/institucion/universidad-tecnologica-pereira>]

- **El turismo y Movich Hotel de Pereira**

Por otro lado, la reseña histórica de uno de los hoteles insignia de la región, Movich Hotel de Pereira, se inicia con la motivación por la fe en la capacidad ejecutora y progresista local, ciudadanos distinguidos y grandes empresas como Hilos Cadena S.A., Corporación Nacional de Turismo, Corporación Financiera S.A., Alcides Arévalo & Cía. Ltda., Gran Colombiana Corporación Financiera S.A. y la Corporación Financiera de Occidente, entre otros, decidieron aunar esfuerzos e invertir su capital en pro de la creación de un gran proyecto, que aportara al desarrollo turístico, y supliera las necesidades en hotelería que presentaba la ciudad de Pereira.

Foto No 12: Predio que antecedió el hotel de Pereira



Fuente: Movich hotel de Pereira

Es así como el 22 de mayo de 1978 se inicia el proyecto “Hotel de Pereira”, constituido por escritura pública N° 627 del 5 de mayo del mismo año, otorgada por la notaría cuarta del circuito de Pereira y con una duración de noventa y nueve años. Este grupo de inversionistas se unió para conformar la sociedad promotora del Hotel de Pereira S.A. debido a que eran conscientes de las implicaciones negativas que había tenido la región dado el déficit

existente en la oferta hotelera, situación claramente reflejada en el estudio realizado por la Corporación Nacional de Turismo donde se evidenció que dentro del contexto de las ciudades Colombianas, Pereira presentaba la más baja relación de disponibilidad hotelera versus demanda del servicio; fue este hecho lo que motivó la construcción de un hotel en la ciudad con el fin de subsanar tan grave deficiencia e impulsar el turismo hacia la zona.

Y a si se logra la apertura de un Hotel Operado por la cadena hotelera Española Meliá en el año de 1984.

Foto No 13: Imagen aérea del hotel Movich



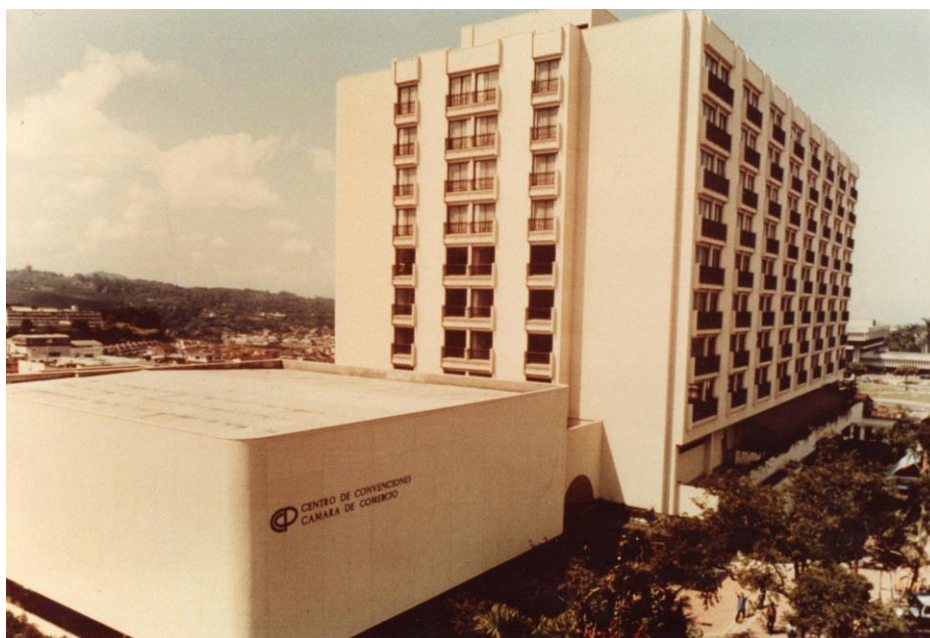
Fuente: Movich hotel de Pereira

En 1990 el hotel pasa hacer propiedad del Grupo Empresarial Antioqueño con la posesión del 90% de las acciones y en el año 2006 la empresa Colombiana de Inversiones S.A. Colinversiones adquiere el 63% de las acciones convirtiéndose en el accionista mayoritario; y en ese mismo año el hotel deja de ser operado por la cadena Meliá y pasa a ser administrado directamente por los propietarios, a partir de ese momento el hotel inicia una etapa de cambios y renovaciones en todas las áreas⁴⁵.

⁴⁵ MOVICH HOTEL DE PEREIRA. Plan comercial Movich hotel de Pereira 2013.

A finales de 2010 el Grupo Global Hotels Corporación adquiere la mayoría de las acciones del hotel, formalizando la operación finalmente en enero de 2011 y con una participación actual del 96% aproximadamente.

Foto No 14: Imagen lateral del hotel Movich



Fuente: Movich hotel de Pereira

Es así como el desarrollo turístico no solo en Colombia sino en Pereira, unido a los esfuerzos de la academia, representada por la Universidad Tecnológica de Pereira y la empresa privada, liderada por el Movich Hotel de Pereira, pueden llevar a cabo una unión estratégica para fortalecer el talento humano del sector turístico de la región.

Para efectos del presente plan de negocios, se tendrá en cuenta el estudio de mercado sobre la demanda en educación superior para el sector turístico Risaraldense (Rivera 2007), la propuesta metodológica para la investigación de mercados del plan de mercadeo para el sector turístico de Pereira (CPC Agencia 2013), el plan maestro de Pereira y el plan maestro de turismo de Pereira, con el fin de identificar las necesidades en capacitación del sector turístico, y la forma en que podría la Universidad Tecnológica de

Pereira, a través de su programa de Administración del Turismo Sostenible, en alianza con la empresa privada liderada por Movich Hotel de Pereira, diseñar una herramienta de formación práctica que le proporcione al sector, profesionales con las competencias requeridas, de la misma manera que el estudiante encuentre en la academia la oportunidad de un desarrollo profesional integral brindándole la posibilidad de investigación y emprendimiento o de inserción laboral.

La oportunidad que se genera con la identificación de las necesidades del sector en capacitación y las expectativas del estudiante potencial en turismo es la consolidación de la herramienta de formación práctica en el sector.

5.3.2.2. Problema de investigación

Desconocimiento del mercado potencial de la escuela hotel y de los productos de formación práctica en hotelería, alimentos y bebidas y eventos y convenciones, que motiven al futuro estudiante a realizar el pregrado en Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira.

5.3.2.2.1. Objetivo General

Elaborar el estudio de mercados de la escuela hotel, (demanda) producto de la alianza entre la academia, la empresa privada y el estado.

Objetivos específicos

- Caracterizar la oferta de programas académicos de turismo en Pereira.
- Identificar la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira.
- Reconocer las motivaciones de la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible.

- Determinar las motivaciones y el énfasis que lleva a los actuales estudiantes (ciclo técnico) a continuar con el siguiente ciclo propedéutico.
- Definir la oferta de productos en formación práctica, donde intervenga el escuela hotel, de acuerdo a las motivaciones de la demanda potencial y a las necesidades del sector.

Cuadro No 13: Diseño metodológico de la investigación de mercados a través de objetivos

OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	ACTIVIDADES	FUENTE	METODOLOGÍA	INSTRUMENTO
<p>1. Caracterizar la oferta de programas académicos de turismo en Pereira</p>	<p>Realización del estado del arte de los programas académicos de turismo en Pereira.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Con base en el análisis de información del Estudio de Mercado sobre la demanda en formación en educación superior para el sector turístico Risaraldense (Rivera 2007). - Análisis de la actualización del estudio de mercados (Gómez 2013) - Fuente primaria producto de la investigación de la oferta de programas académicos de turismo en Pereira. 	<p>Se aplicará el método de investigación descriptiva y exploratoria, de tipo cualitativo, que posibilitará conocer las instituciones y sus programas educativos en turismo en la ciudad de Pereira.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental del “Estudio de Mercado sobre la demanda en formación en educación superior para el sector turístico Risaraldense” (Rivera 2007) y la actualización del estudio de mercado (Gómez 2013). - Lista de chequeo para investigación propia sobre la oferta actual de programas académicos de turismo en Pereira. - Cuadro comparativo entre la revisión documental y la investigación propia.

<p>2. Identificar la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira.</p>	<p>Estimar la demanda potencial de estudiantes, clasificándolos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bachilleres 2014 en el municipio de Pereira - Estudiantes actuales de programas en turismo (Sena, Idontec, Academia Nal. de Aprendizaje, Politecnico Central, Ego y Ceteco). - Funcionarios de establecimientos turísticos. 	<p>Análisis de demanda potencial de estudiantes con base en:</p> <p>Estudio de Mercado sobre la demanda en formación en educación superior para el sector turístico Risaraldense (Rivera 2007)</p> <p>Secretaria de educación de Risaralda. Servicio Nacional de aprendizaje (Sena) Idontec, Academia Nacional de Aprendizaje, Politécnico Central, Ego y Ceteco Plan Maestro de Turismo (Análisis de formación en turismo y demanda turística)</p>	<p>Se aplicará el método de investigación exploratoria y proyectiva, con el fin de consolidar la información del mercado potencial de la Escuela de Turismo Sostenible y la proyección de estudiantes por semestre.</p>	<p>-Cuadro resumen de la población objeto de estudio para la identificación de la muestra, a través de revisión documental en la secretaria de educación de Risaralda y las instituciones educativas (Sena, Idontec, Academia Nacional de Aprendizaje, Politécnico Central, Ego y Ceteco).</p> <p>-Encuestas realizadas a la muestra obtenida de la población objetivo, después de realizar el cálculo correspondiente. (Anexo C)</p> <p>Lo anterior con el fin de obtener el valor consolidado de la demanda potencial.</p>
---	---	---	---	--

	Realizar la caracterización pictográfica del perfil de la demanda potencial, donde se abarque no solo el componente económico, sino, motivacional, rangos de edad, afinidades, entre otras.	Fuente primaria producto de las encuestas realizadas a la muestra obtenida de la población objetivo, después de tabular la información encontrada.	Se aplicará el método de investigación exploratoria y descriptiva, con el fin de entregar el perfil socioeconómico del público objetivo.	Encuesta con matriz de análisis.
OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	FUENTE	METODOLOGÍA	INSTRUMENTO
3.Reconocer las motivaciones de la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible	Definir los criterios para establecer el público objetivo, teniendo en cuenta el resultado del número de personas a encuestar (muestra).	Datos de fuentes primarias mediante entrevistas personales para medir la motivación de la demanda potencial, basados en un análisis previo de las instituciones educativas y establecimientos de turismo que corresponden a la población de la cual también se debe sacar una muestra. Según formula aportada por	Se aplicará el método de investigación descriptiva, con el fin de obtener el consolidado de motivaciones de la demanda potencial.	Revisión documental en la Secretaria de Educación de los colegios que tienen graduandos en el 2014 (oficiales y privados), los institutos educativos no formales, las instituciones educativas con programas en turismo(público y privado) y en la Cámara de Comercio de Pereira, los establecimientos turísticos potenciales (agencias de viajes, alojamientos, restaurantes

		CPC Agencia.		entre otros)
	Diseñar el instrumento de encuesta que será aplicado	Metodología de la Investigación Holística, Jacqueline Hurtado de Barrera, tercera edición.	Se aplicará el método de investigación analítica con el fin de diseñar un instrumento ajustado a las necesidades de la investigación.	Entrevista a realizar en las entidades educativas y establecimientos turísticos previamente seleccionados (Anexo C)
	Capacitar a las personas que realizarán las encuestas.	Fuente primaria sobre el conocimiento de los objetivos del presente proyecto	Se seleccionará las personas idóneas para realizar las encuestas (estudiantes de quinto semestre del Tecnólogo en Gestión del Turismo Sostenible, Se efectuara una capacitación presencial de 8 horas	Presentación en power point del proyecto que transmita los objetivos de la investigación, además de exponerles el modelo de entrevista y finalmente se hará una evaluación para elegir a los aptos para iniciar el proceso
	Solicitar autorización en los establecimientos educativos y turísticos para la realización de las encuestas.	Fuente primaria datos de la Cámara de Comercio y secretaria de educación, Fuente secundaria los establecimientos elegidos	Solicitud de una carta de autorización por parte de la Universidad para poder visitar los colegios y establecimientos turísticos	Modelo de carta de autorización
	Contactar de manera personal a la población objetivo efectuar la	Listado de Colegios y establecimientos turísticos a visitar	Exploratoria	Recolección de información a través de Encuesta

	encuesta.			
	Tabular y analizar la información resultante de la encuesta.	Metodología de la Investigación Holística, Jacqueline Hurtado de Barrera, tercera edición.	Se aplica el método de investigación analítica para tabular la información recolectada con el fin de facilitar el proceso de análisis	Para la tabulación se utiliza un análisis individual para cada pregunta y una representación gráfica de los mismos.
OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	FUENTE	METODOLOGÍA	INSTRUMENTO
4. Determinar las motivaciones y el énfasis que lleva a los actuales estudiantes (ciclo técnico) a continuar con el siguiente ciclo	Diseñar y aplicar un instrumento que permita conocer la motivación que tengan los estudiantes del técnico para continuar con el siguiente ciclo.	-Metodología de la Investigación Holística, Jacqueline Hurtado de Barrera, tercera edición. Entes. -Diseño curricular del ciclo tecnológico.	Se aplicará el método de investigación exploratoria y analítica con el fin de diseñar un instrumento ajustado y aplicarlo a las necesidades de la investigación.	Entrevista a realizar a todos los estudiantes de la escuela de turismo sostenible de los semestres correspondientes al ciclo técnico. (Anexo C)

<p>propedéutico (ciclo tecnológico) en el programa de Administración del Turismo Sostenible.</p>				
<p>5. Definir la oferta de productos en formación práctica, donde intervenga el escuela hotel, de acuerdo a las motivaciones de la demanda potencial y a las necesidades del sector.</p>	<p>- Encuesta al sector turístico (hoteles, restaurantes y centros de convenciones), para determinar las competencias requeridas en los profesionales en turismo. -Diseño del producto de formación según los resultados de las encuestas.</p>	<p>-Fuente primaria producto del análisis de las encuestas al sector turístico. -Fuente primaria proveniente de los datos obtenidos en los primeros cuatro puntos de esta metodología.</p>	<p>Se aplicará el método de investigación exploratoria y analítica con el fin de diseñar el producto de formación práctica.</p>	<p>-Encuesta a realizar a la muestra proveniente del sector turístico (hoteles, restaurantes y centros de convenciones), para determinar las competencias requeridas en los profesionales en turismo. (Anexo C)</p>

Fuente: Elaboración propia

5.3.2.2.2. Cronograma de actividades investigación

Con base en el cuadro anterior, se diseñó un cronograma, para llevar a cabo todas las actividades que permitan cumplir con los objetivos de la investigación de mercados. (Anexo B).

5.3.2.2.3. Instrumentos para la investigación de mercados

Para la recolección de datos se ha determinado como instrumento principal, la encuesta, la que será aplicada al mercado real (actuales estudiantes de la UTP en la Escuela de Turismo Sostenible) y al mercado potencial (funcionarios de la industria hotelera, bachilleres a graduarse este semestre, actuales estudiantes de turismo de otras instituciones diferentes a la UTP).

En virtud a que todos los segmentos del mercado tienen características diferentes, se ha diseñado una encuesta para cada segmento (Anexo C).

5.3.2.2.4. Resultados de la investigación de mercados

Para tener un conocimiento de la demanda de estudiantes para la Escuela Hotel se efectuaron cuatro tipos de encuestas así: A los estudiantes de la Escuela de Turismo que se encuentran cursando tercero y cuarto semestre, con el objetivo de detectar motivaciones en los estudiantes y proyectarlos al ciclo tecnológico,

A los estudiantes de otras instituciones que tienen como objetivo la educación turística con el fin de detectar posibles estudiantes para el ciclo tecnológico. A los empleados de la industria hotelera, con el objetivo de detectar posibles clientes para la Escuela hotel y a los bachilleres 2014 para detectar posibles clientes para la Escuela Hotel y la Escuela de Turismo Sostenible.

Cuadro No 14: Agrupación de preguntas encuestas según objetivo

Segmento encuestado	Objetivo 1	Objetivo 2	Objetivo 3
	Identificar la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible de la UTP.	Reconocer las motivaciones de la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible	Determinar las motivaciones que lleva a los actuales estudiantes (ciclo técnico) a continuar con el siguiente ciclo propedéutico (ciclo tecnológico) en el programa de Administración del Turismo Sostenible
Encuesta actuales estudiantes UTP	N/A	Preguntas: 9, 11, 13, 15	Preguntas: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 14
Encuesta a bachilleres	N/A	N/A	N/A
Encuesta a estudiantes otras instituciones en turismo	Preguntas: 5,6,8,10,12,13,14,15,16	Preguntas: 3,4, 7, 9,11,16	N/A
Encuesta aplicada a empleados del sector hotelero	Preguntas: 3, 4,5, 9, 10	Preguntas: 2	N/A

Fuente: Elaboración propia

La metodología para identificar la muestra de la población y aplicar encuestas se realizó, de acuerdo a la cantidad de Bachilleres que se gradúan actualmente (datos de la Secretaria de Educación, estudiantes de las demás instituciones con programas en turismo, número de empleados directos de las empresas hoteleras del municipio de Pereira). Se anexa tabla de la muestra y formula para encontrar la muestra la cual fue compartida por CPC.

Cuadro No: 15 Resumen de la población objeto de estudio

Cuadro resumen de la población objeto de estudio			
Objetivo: Identificar la población objeto de estudio con el fin establecer la muestra para aplicar la encuesta correspondiente.			
Metodología: Información generada en el listado de chequeo de la caracterización de la oferta académica en programas de turismo en Pereira			
CLASIFICACIÓN	No DE PERSONAS	% DE PARTICIPACIÓN	No De MUESTRA CORRESPONDIENTE
Bachilleres 2014	4535	78%	260
Estudiantes SENA en programas relacionados con turismo	120	2%	7
Estudiantes IDONTEC en programas relacionados con turismo	9	0,2%	1
Estudiantes ACADEMÍA NACIONAL DE APRENDIZAJE en programas relacionados con turismo 3331360 María Fernanda	68	1%	4
Estudiantes EGO en programas relacionados con	90	2%	5

turismo 3336850			
Funcionarios de establecimientos turísticos	756	13%	43
Estudiantes en el ciclo técnico del programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira	230	4%	13
Estudiantes American Business School	40	12%	1
POBLACIÓN TOTAL	5848	99%	333
MUESTRA	335		

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No: 17 Formula para obtener la muestra

Población Finita			Población Infinita	
N	5.848	$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$		
P	0,5		P	0,5
Q	0,5		Q	0,5
i (Error)	5%		i (Error)	6%
Nivel de Confianza	95%		Nivel de Confianza	95%
Z α	1,96		Z α	1,96
n (muestra)	334,9			$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$
				n (muestra) 317,5

Donde:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población

α : 1-Nivel de confianza

Z: valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z_{\alpha=0.05} = 1.96$ y

$Z_{\alpha=0.01} = 2.58$

P: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de

desconocerse ($p = 0.5$), que hace mayor el tamaño muestral

Q: $1 - P$ (Ej si $p = 70\%$, entonces $q = 30\%$)

i: error que se prevé cometer si es del 10% , $i = 0.1$

Fuente: CPC.

La encuesta de bachilleres se aplicó a 260 estudiantes, de los colegios: José Antonio Galán, Fabio Vásquez Botero, La Julita, Instituto Técnico Superior, San Joaquín, con una edad promedio de 16.5 años. De los cuales el 48% fueron hombres y el 52% mujeres. De esta muestra se concluye:

- Que el 81% de los alumnos estarían dispuestos a estudiar y trabajar al mismo tiempo.
- El 89% desean estudiar en una universidad publica
- El 41% pagarían un salario mínimo y 16% pagarían más de un salario el mínimo.
- El 93% desean continuar sus estudios a nivel profesional.
- El 38% se inclinan por estudiar gastronomía el 11% alojamiento

Sin embargo el 89% de los estudiantes no conocen ni han escuchado sobre la carrera de turismo de la Universidad Tecnológica.

La encuesta a los empleados de hotelería: Esta fueron aplicadas a 43 colaboradores entre los hoteles: Movich Hotel de Pereira, Zione, Gran Hotel, San Simón, Soratama, y Abadía plaza, el criterio para realizar las encuestas en estos fue las líneas de profundización de la Escuela Hotel.

- 33 años es la edad promedio de los empleados encuestados.
- 28% terminaron la secundaria
- 32% tienen una carrera técnica
- 21% tecnológicos
- 19% profesional
- 77% de los trabajadores disfrutaban de trabajar en turismo y el 33% trabaja por el salario. Del 100% de estos el 19% entro a trabajar al turismo por accidente.
- El 30% indica que probamente cambiaran de trabajo a otro sector de la economía, y el 70% indican que es muy poco probable que cambien de trabajo del sector turístico.

- El 45% estudiarían en horario nocturno y el 40% estudiarían no presencial, el 15% no tendría disponibilidad para estudiar y trabajar.
- 94% de los empleados de turismo están de acuerdo que deben existir escenarios no solo académicos sino prácticos para lograr tener empleo más fácilmente en el sector.

Encuestas a los estudiantes de otras instituciones académicas: Para esta muestra se tuvo en cuenta los estudiantes del SENA que actualmente se encuentran estudiando alojamiento y gastronomía, Idontec, Academia Nacional de Aprendizaje, EGO y American Business School.

- La muestra aplicada a hombres en un porcentaje del 29% y a mujeres con un porcentaje del 71% quienes se encuentran cursando segundo, tercero y cuarto semestre se indican los siguientes resultados
- 35% se enteró de la institución por un amigo
- 18% se enteró por un profesor
- 24% se enteró por internet
- 18 por anuncios
- 5% por otros medios
- 59% de los estudiantes estudian y trabajan
- 41% solo estudian
- 18% consideran que el nivel de exigencia de la carrera de su institución está un nivel medio
- 82% considera que el nivel de la carrera está en un nivel alto
- 76% consideran que el nivel de conocimiento adquirido es alto
- 100% consideran que se necesitan escenarios para la práctica en el aprendizaje de turismo.
- 94% continuarían estudiando su carrera a nivel profesional

Encuestas realizadas a los estudiantes de la Escuela de Turismo Sostenible: estas fueron realizadas a los estudiantes de segundo, tercero y cuarto semestre y se encontró:

- 58% se enteró de la carrera de turismo de la UTP por un amigo
- 25% se enteró de la carrera de turismo de la UTP por un internet
- 17% se enteró de la carrera de turismo de la UTP por otro medio
- 42% de los estudiantes de la UTP se encuentran trabajando
- 33% consideran que el nivel de exigencia es medio
- 67% consideran que el nivel de exigencia es alto
- 42% consideran que el conocimiento adquirido es alto
- 58% consideran que el conocimiento adquirido es medio
- 83% de los estudiantes de la carrera en turismo se encuentran satisfechos con el horario académico.
- 50% de los estudiantes consideran que se necesitan escenarios para la formación práctica en turismo
- 67% de los estudiantes continuarían el ciclo profesional en administración de turismo sostenible.
- 25% de los estudiantes cambiarían la línea de profundización escogida

Cuando se visitaron los lugares escogidos se detectó gran interés por parte de los encuestados ya que en un gran porcentaje no conocen la carrera de turismo de la UTP, por lo tanto hay una gran oportunidad para la escuela en promoción de la carrera.

En las encuestas a los empleados de turismo se detecta un alto grado empirismo en los temas relacionados con la hotelería y el turismo lo que representa una gran oportunidad para la Escuela.

En las conclusiones y recomendaciones se ampliarán los comentarios de las encuestas.

5.3.3. Estrategias de comercialización

Partiendo de los resultados obtenidos en la investigación de mercados, donde se identifica que el 90% de la población encuestada (bachilleres, funcionarios de la industria hotelera y actuales estudiantes de turismo en otras instituciones), no conocen el programa de Administración de Turismo Sostenible.

5.3.3.1. Estrategia de penetración en el mercado

Esta estrategia consiste en crecer dentro del mismo mercado, lo que requiere de un esfuerzo comercial y publicitario significativo para que el total de la población objetivo tenga acceso a la información y por ende a los productos y servicios ofrecidos, es decir, la Escuela Hotel se constituye como un Joint Venture o alianza estratégica que impulsa el crecimiento tanto de las partes involucradas (Escuela de Turismo Sostenible y Movich Hotel de Pereira), como de la industria hotelera (elevando los estándares de servicio) y de la Escuela Hotel como empresa de base tecnológica.

En virtud de lo anterior, se considera de vital importancia realizar un desarrollo de imagen de marca, diseño de piezas publicitarias, estrategia de comunicación de la marca que incluya campaña de expectativa y evento de inauguración.

Por lo tanto se incluirán los costos de todo el desarrollo de esta estrategia dentro del capítulo de financiero en la inversión inicial.

5.3.3.2. Estrategia de desarrollo del mercado, productos y servicios

Al inicio de la formulación del plan de negocios se tenía en mente limitar el segmento de mercado a los actuales estudiantes de turismo de la UTP, con lo que se subutiliza y desaprovechan las potencialidades de las partes involucradas, además de beneficiar solo a una pequeña parte del sector.

En virtud de lo anterior se escoge la estrategia de desarrollo del mercado con el fin de redescubrir las bondades del producto y todos los subproductos que pueden salir, encontrando nuevas soluciones (un total de 13 productos adicionales) y dos nichos de mercados de

más (funcionarios de la industria hotelera e instituciones académicas con programas en turismo), además de ampliar el alcance a nivel nacional, es decir, un estudiante de hotelería y turismo de Bogotá o Barranquilla podría según convenio realizado previamente, realizar su práctica en la ciudad de Pereira en la Escuela Hotel

Se planea que esta estrategia tendrá su inicio después de uno o dos semestres de funcionamiento de la Escuela Hotel, con el fin pulir el producto con las retroalimentaciones programadas al finalizar cada ciclo.

5.4. MODULO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.4.1. Misión

Contribuir con el proceso de capacitación y formación práctica de los estudiantes de turismo y funcionarios de la industria hotelera, a través del desarrollo de competencias laborales y personales.

5.4.2. Visión

Ser una empresa de base tecnológica, que facilita los procesos académicos en turismo, a través de la formación práctica, investigación, innovación y extensión en la industria hotelera, reconocida como la Escuela Hotel del Paisaje Cultural Cafetero.

En el 2016 ser reconocidos como una escuela hotel a nivel nacional y en el 2018 a nivel internacional.

5.4.3. Objetivos organizacionales

Objetivo general de la Escuela Hotel

Contribuir con el proceso de capacitación y formación práctica de los estudiantes de turismo y funcionarios de la industria hotelera del municipio de Pereira, a través del desarrollo de competencias laborales y personales.

Objetivos específicos

- Producir transferencia de conocimiento de doble vía (UTP-MOVICH, MOVICH-UTP) a través del Aula Viva en las instalaciones del Movich Hotel de Pereira con el modelo de rotaciones ATS-UTP
- Actualizar a los funcionarios y estudiantes de turismo en temas estratégicos de la industria hotelera, gastronomía y eventos y convenciones por medio de cursos y seminarios diseñados de acuerdo a las necesidades del sector turístico.
- Proyectar los lineamientos necesarios para certificar competencias laborales de la industria hotelera con el organismo certificador de la UTP (Qualicert).

5.4.3. Organización

La Escuela Hotel se constituye como una organización que inicia con un Convenio marco entre la universidad tecnológica y el hotel Movich, cuyo objeto es la transferencia de conocimiento, investigaciones, consultorías, asesorías e interventorías entre la universidad y el hotel Movich.

Según Gustavo de la Pava 2014 Un convenio marco es *“un convenio de voluntades generales entre las partes, sin que medie dinero, es decir, no genera obligaciones económicas, pero da principio a convenios derivados, donde se puntualizan acciones y ejecuciones directas con presupuestos fijados por las partes. Estos pueden ser económicos o en especie. En los convenios derivados, normalmente se designa una persona de cada una de las partes para que trabajen en pro del proyecto. La duración es mínimo de 3 años y máximo de 5 años”*.

Posteriormente se configurará la creación de la Spin off con el objetivo de ser una empresa de base tecnológica, que en los términos del instituto interamericano de la Unesco para la educación superior en América Latina y del Caribe Iesalc-Unesco 2008 consiste en “la transferencia de conocimiento a través del emprendimiento, Las spin off son iniciativas empresariales de base científica y tecnológica”.

En otros términos las Spin off expresan la generación la generación de una nueva empresa con componente tecnológico, con el fin de explotar

comercialmente la propiedad intelectual generada en un proyecto de investigación dentro de un centro de investigaciones universitario⁴⁶

Y a su vez las empresas de base tecnológica e innovadoras (ETBI'S), son las empresas generadoras de valor y que se basan en el dominio intensivo del conocimiento científico y técnico para mantener su competitividad.

5.4.3.1. Estructura organizacional

Organizacionalmente están los representantes de las dos entidades (UTP y Hotel Movich)

En total la Escuela Hotel estaría conformado por 12 personas de las cuales nueve son del hotel Movich con la figura de guías (jefes de las áreas operativas por donde pasan las rotaciones), dos son de la UTP con la figura de tutores (docentes de la UTP, por línea de profundización) y un coordinador general de los procesos de la Escuela Hotel.

⁴⁶ Instituto Colombiano para el desarrollo de la ciencia y la tecnología COLCIENCIAS. Francisco José Caldas. Las empresas de base tecnológica e innovadora y su relación con los fondos de inversión en capital. Disponible en línea: [<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/documentos/cartillaCapitalRiesgo.pdf>].

Cuadro No 16: Procesos estratégicos y tácticos de la escuela hotel

UNIDAD DE NEGOCIO ESCUELA HOTEL		
	PROCESOS ESTRATEGICOS	
	JEFES DE AREAS OPERATIVAS MOVICH HOTEL PEREIRA	TUTORES UTP
COORDINADOR GERENTE	X	X
Coordinar horarios	X	X
Coordinar areas para las prácticas	X	X
Realizar compras de la materia prima necesaria para las clases	X	X
Llevar el control de gasto	X	X
Ser intermediario entre la UTP y el Hotel	X	X
Rendir Informes	X	X
Participar en reuniones tanto en la UTP como el Movich.	X	X
Estrategias enfocadas a la prestacion del servicio	X	X
Analizar los reportes de gestion de cada asesor mensual	X	X
Generar plan de accion mensual	X	X
Generar reportes de comisiones mensual	X	X
Evaluar criterios de servicio y generar acciones correctivas	X	X
PROCESOS TACTICOS		
JEFES DE AREAS OPERATIVAS DEL HOTEL MOVICH	X	X
Coordinar las capacitaciones de los estudiantes con supervisores y empleados del Movich	X	X
Evaluar semanalmente lo aprendido por los estudiantes	X	X
Velar por el respeto de los estudiantes en cada área	X	X
Realizar listado de chequeo en compañía del tutor de la UTP	X	X
Rendir informes al Coordinador general	X	X
TUTORES UNIVESRIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA	X	X
Visitar las instalaciones del Movich durante 8 horas distribuidas durante la semana	X	X
Realizar lista de chequeo antes y despues de las rotaciones	X	X
Dar el visto de aprobado en conjunto con el guia del hotel a cada estudiante	X	X
Rendir informes al Coordinador general	X	X

5.5. ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS

5.5.1 Capital

A continuación se relacionan todos los datos correspondientes a la inversión inicial, entre los que se incluye la adecuación en las instalaciones para taller de cocina, mesa y bar (Basados en las normas NTSH 006 clasificación por estrellas de hoteles, NTS-TS 002 requisitos de sostenibilidad y la NTS-USNA 008 categorización de restaurantes por tenedores.), adecuación para salón de clases y oficina de coordinación.

Cuadro No 17: Presupuesto de inversión inicial

PRESUPUESTO DE INVERSION INICIAL			
Ídem	DESCRIPCIÓN	VALOR	TIPO DE RECURSO
1	Adecuación en las instalaciones para taller de cocina, mesa y bar	\$ 56.163.461.00	Aporte
2	Adecuación para salón de clases	\$ 32.336.518.00	Aporte
3	Adecuación oficina para coordinación de la Escuela Hotel (30 mts2)	\$ 25.500.000.00	
4	Equipamiento taller de cocina	\$ 71.530.000.00	Aporte
5	Equipamiento salón de clases	\$ 7.400.000.00	Aporte
6	Equipamiento de oficina de coordinación de la Escuela Hotel	\$ 3.560.000.00	
7	Asesoría jurídica e interventoría	\$ 20.000.000.00	Aporte
8	Asesorías montaje de prácticas	\$ 3.200.000.00	Aporte
9	Salario Coordinador de la Escuela Hotel ver anexo H	\$ 2.681.970.00	
10	Pago por asesoría al tutor No 1, correspondiente a 8 semanales durante un mes a \$ 25.000 la hora	\$ 800.000.00	Aporte
11	Pago por asesoría al tutor No 2, correspondiente a 8 semanales	\$ 800.000.00	Aporte

	durante un mes a \$ 25.000 la hora		
12	Publicidad	\$ 70.000.000.00	Aporte
13	Evento de inauguración	\$ 15.268.900.00	Aporte
14	Visita hotel escuela en panamá (Pasajes y hotel durante dos días para tres personas)	\$ 9.000.000.00	Aporte
15	Arrendamiento de espacio en el hotel	\$ 5.167.000.00	Aporte
16	Pólizas de cumplimiento	\$ 2.838.309.11	Aporte
17	Pólizas de responsabilidad civil	\$ 4.730.515.18	Aporte
18	Pólizas de estabilidad de la obra	\$ 265.499.94	Aporte
19	Pólizas prestaciones sociales	\$ 2.838.309.11	Aporte
20	Pólizas de anticipo	\$ 2.835.309.11	Aporte
Total		\$ 336.915.791.44	

Fuente: Elaboración propia

Todos los ítems relacionados en el cuadro anterior, fueron cotizados a octubre de 2014.

Las adecuaciones físicas en las instalaciones del hotel se cotizaron con la colaboración del ingeniero Voyner Ernesto Rodríguez, actual asesor del hotel Movich para reformas estructurales y el ingeniero Fray Ramírez, jefe de mantenimiento del mismo hotel. Los tres espacios a utilizar (taller de cocina, salón de clases y oficina de coordinación) se ubicarán en el segundo piso del hotel, cada uno con baño y ventilación, como se aprecia en el plano. Anexo J

La cotización del equipamiento de cocina se realizó con el listado de precios de la empresa colombiana José Rago, empresa industrial especializada en la fabricación, comercialización e importación de productos para la

preparación, cocción y distribución de alimentos en el sector gastronómico, quienes son actuales proveedores del hotel Movich.

El valor total de la inversión inicial es de \$ 336.915.791=, desglosados y explicados en el anexo I.

5.5.2. Gastos y Costos de funcionamiento

Los costos de la Escuela Hotel serian: El valor de la materia prima necesaria para la ejecución de las rotaciones y se generan durante el proceso y dependen de número de estudiantes que estén realizando la práctica dentro del hotel.

Por otro lado los gastos son los desembolsos fijos, utilizados para que sea posible la realización de las rotaciones y los demás productos, como lo son los gastos administrativos.

5.5.2.1. Gastos administrativos

A continuación se relacionan todos los datos correspondientes a la operación administrativa de la Escuela Hotel, los que no se ven afectados por el movimiento de las rotaciones, toda vez que son gastos fijos.

Cuadro No 18: Gastos administrativos fijos

Tipo de gasto	Descripción	Gasto mensual	Valor anual	Incremento anual
Arriendo y servicios públicos	Oficina, cocina taller y salón de clases	\$ 5.167.000	\$ 62.004.000	1%
Personal administrativo	Coordinador Escuela Hotel (Salario integral calculado según la escala mínimo remuneración 2013 de profesionales en Colombia). Anexo H	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	5%
Personal operativo	Dos tutores por cuatro horas diarias, seis días a la semana, ocho meses al año. (Salario	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000	5%

	calculado valor hora catedráticos)			
Implementos de oficina	Papelería, tóner impresora	\$ 60.000	\$ 720.000	5%
Utensilios de limpieza	Utensilios de limpieza	\$ 50.000	\$ 600.000	5%
Depreciación de activos fijos	Equipos de cocina, video beam, computadores (Anexo Q)	\$ 778.750	\$ 9.345.000	Método línea recta
TOTALES		\$ 12.255.750	\$ 147.069.000	

Los gastos administrativos tienen un valor mensual de \$ 12.255.750 y un valor anual de \$ 147.069.000=.

La información del arriendo, proviene del área total a utilizar, que es de 104 metros cuadrados y basados en el avalúo catastral del hotel (\$ 55.177.500=) con un área construida de 7.700 metros cuadrados y con un valor por metro cuadrado de (\$7.158.116), arroja un valor por arriendo de \$ 5.167.000=.

5.5.2.2. Costos variables

Para la Escuela Hotel estos costos variables están determinados por el número de estudiantes por rotación, o en cada uno de los productos o servicios que estén en funcionamiento, por lo tanto se presentarán con un estimado de 25 estudiantes por semestre.

Cuadro No 19: Presupuesto para costos variables

PRESUPUESTO PARA COSTOS VARIABES				
El siguiente cuadro está presupuestado para 25 estudiantes por semestre, con un promedio de 12 en gastronomía y 13 en hotelería				
Ítem	Descripción	Valor mensual	No de meses	Valor anual
Alimentos	Listado de alimentos necesarios para la preparación de los platos (Puede variar dependiendo de los platos programados pero se presupuestan \$ 13.800 por estudiante diario teniendo 12 estudiantes para el énfasis en gastronomía)	\$ 4.000.000.00	7	\$ 28.000.000.00
Utensilios de limpieza	Escoba, trapeador, baldes, jabón lava loza, Jabón de antiséptico, Toallas desechables, toallas de cocina desechables y servilletas,	\$ 200.000.00	8	\$ 1.600.000.00
ARL	Afiliación a riesgos laborales para todos los estudiantes	\$ 539.000.00	8	\$ 4.312.000.00
Uniformes	Se calculan dos uniformes por estudiante para una duración de dos semestres en donde el uniforme pertenece a la Escuela Hotel y no al estudiante \$ 270.000= cada uniforme	\$ 843.750.00		\$ 6.750.000.00
		\$ 5.582.750		\$ 40.662.000

Fuente: Elaboración propia

En conclusión la Escuela Hotel tiene unos costos variables de \$ 5.582.750= mensuales y \$ 40.662.000= anuales, que para un cálculo de 25 estudiantes, significa \$223.310= mensuales por estudiante o \$ 893.240= semestrales por estudiante.

5.5.3. Ingresos

Cuadro 20: Presupuesto de ingresos semestrales

PRESUPUESTO PARA INGRESOS SEMESTRALES			
El siguiente cuadro está presupuestado para 25 estudiantes por semestre, con un promedio de 12 en gastronomía y 13 en hotelería			
Ítem	Valor semestral/estudiante	No de estudiantes	Valor total/semestre
Pago de matrícula	\$ 1.848.000	25	\$ 46.200.000.00
Otras actividades	\$ 1.500.000	25	\$ 37.500000
	\$ 2.848.000.00		\$ 71.200.000

5.5.4. Proyecciones de ventas

Con el fin de establecer una proyección de ventas en el producto Aula Viva (rotaciones) a continuación se presenta un cuadro con el resumen de ingreso de estudiantes al programa de Administración del Turismo Sostenible en toda su historia, lo que permitirá conocer el porcentaje de incremento que ha tenido el número de estudiantes matriculados en quinto semestre.

Cuadro No 21: Resumen de ingreso de estudiantes al programa de administración del turismo sostenible

RESUMEN DE INGRESO DE ESTUDIANTES AL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE					
SEMESTRE	MATRICULADOS	No ESTUDIANTES MATRICULADOS EN TÉCNICO	No ESTUDIANTES MATRICULADOS EN TECNOLÓGICO	PRIMÍPAROS CICLO TECNOLÓGICO (QUINTO)	TOTAL GRADUADOS
I SEMESTRE 2009	70	70	0	N/A	21
II SEMESTRE 2009	58	58	0	N/A	
I SEMESTRE 2010	102	102	0	N/A	
II SEMESTRE 2010	128	128	0	N/A	
I SEMESTRE 2011	150	150	0	N/A	
II SEMESTRE	179	179	0	N/A	

2011				
I SEMESTRE 2012	186	186	0	N/A
II SEMESTRE 2012	206	206	0	N/A
I SEMESTRE 2013	208	176	32	32
II SEMESTRE 2013	211	160	51	16
I SEMESTRE 2014	269	212	57	22
II SEMESTRE 2014	252	199	53	0

Fuente: Dirección del programa de Administración del Turismo Sostenible-UTP

La variación observada muestra que en primer semestre de 2013, cuando se abrió el ciclo tecnológico ingresaron 32 estudiantes pero al siguiente semestre solo se matricularon 16, lo que representa un decremento del **50%**.

Posteriormente el primer semestre de 2014 se matricularon 22 estudiantes logrando en este caso un incremento del **37%** en relación con el anterior.

En virtud de la fluctuación que muestra el ingreso de estudiantes a este semestre, se ha decidido manejar un incremento semestral de 13%, el que sale como resultado de restar el decremento y el incremento que hasta ahora se ha presentado.

Quedando entonces una proyección de ingreso a quinto semestre como se ve en el siguiente cuadro:

Cuadro No: 22 Proyección de estudiantes matriculados en quinto semestre del programa en administración del turismo sostenible

PROYECCIÓN DE ESTUDIANTES MATRICULADOS EN QUINTO SEMESTRE DEL PROGRAMA EN ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE					
I SEMESTRE 2015	II SEMESTRE 2015	I SEMESTRE 2016	II SEMESTRE 2016	I SEMESTRE 2017	II SEMESTRE 2017
25	28	31	35	40	45

Fuente: Elaboración propia.

Con base en esta proyección de ingresos se presenta el siguiente cuadro, donde se hace la proyección de ventas para la Escuela Hotel.

Cuadro No 23 Proyección de ventas para los próximos seis semestres en el producto "aula viva" (rotaciones)

	Valor ventas semestre 1	Valor ventas semestre 2	Valor ventas semestre 3	Valor ventas semestre 4	Valor ventas semestre 5	Valor ventas semestre 6
Precio de venta	\$ 1.940.400	\$ 2.037.420	\$ 2.106.692	\$ 2.178.319	\$ 2.252.382	\$ 2.328.963
Número de estudiantes	25	28	31	35	40	45
Valor venta	\$ 48.510.000	\$ 57.047.760	\$ 65.307.460	\$ 76.241.193	\$ 90.095.307	\$ 104.803.366

Fuente: Elaboración propia

Nota: Supuestos de proyección

El incremento anual del precio de venta, se calcula a partir del IPC, en este caso se trabajará con un incremento del 5% anual. Se toma la información del número de estudiantes del cuadro No 22

5.5.5. Estados financieros

El balance general y el estado de pérdidas y ganancias se presentan a continuación, con el objetivo de predecir el futuro de la Escuela Hotel.

5.5.5.1. Estado de pérdidas y ganancias

A continuación se presenta el estado de pérdidas y ganancias para los próximos tres años.

Escuela Hotel UTP – Movich
Estado de Pérdidas y Ganancias
A diciembre de 2017

Cuadro No: 24 Estado de pérdidas y ganancias
a 31 de diciembre de 2017

Estado de pérdidas y ganancias a 31 de diciembre de 2017			
Estado de resultados	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas	\$ 105.557.760.00	\$ 141.548.653.00	\$ 194.898.673.00
Costos de prestación del servicio	\$ 45.541.440.00	\$ 56.357.532.00	\$ 73.435.572.00
Utilidad Neta	\$ 60.016.320.00	\$ 85.191.121.00	\$ 121.463.101.00
Gastos de administración	\$ 147.069.000.00	\$ 154.422.450.00	\$ 162.143.572.50
Total gastos	\$ 147.069.000.00	\$ 154.422.450.00	\$ 162.143.572.50
Utilidad operativa	\$ (87.052.680.00)	\$ (69.231.329.00)	\$ (40.680.471.50)
Otros ingresos	\$ 37.500.000.00	\$ 41.250.000.00	\$ 45.375.000.00
Intereses	-	-	-
Total otros	\$	\$	\$

ingresos	37.500.000.00	41.250.000.00	45.375.000.00
Utilidad antes de impuestos	\$ (49.552.680.00)	\$ (27.981.329.00)	\$ 4.694.528.50
Impuestos (30%)	\$ 5.500.000.00	\$ 5.665.000.00	\$ 5.948.250.00
Exención de impuestos	\$ 5.500.001.00	\$ 5.665.001.03	\$ 5.948.251.08
Impuesto de renta real	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad neta final	\$ (49.552.680.00)	\$ (27.981.329.00)	\$ 4.694.528.50

5.5.5.2. Balance general

Escuela Hotel UTP – Movich Hotel de Pereira Balance general del A 31 de diciembre de 2017

Cuadro No 25: Balance general a 31 de diciembre de 2017

Balance General a 31 de diciembre de 2017			
Activos		Pasivos	
Activos corrientes:		Ítem	Valor
Caja	\$ 4.694.528.00	Cuentas por pagar administración	\$ 2.583.500.00
Cuentas por cobrar	\$ 20.993.979.00	Impuestos por pagar	\$ 0.00
Inventario	\$ 0.00	Total pasivo corriente	\$ 2.583.500.00
Seguro pagado por anticipado	\$ 0.00		
Útiles de oficina	\$ 100.000.00		
Total	\$ 25.788.507.00		
Activos fijos		Pasivos a largo lazo	
Ítem	Valor	Créditos por pagar	\$ 0.00
Construcciones	\$ 0.00	Total Pasivo	\$ 2.583.500.00
Vehículos	\$ 0.00		
Maquinaria y equipo	\$ 82.490.000.00		
Adecuaciones y mejoras	\$ 0.00	Patrimonio	
Total	\$	Recursos propios	\$

	82.490.000.00		155.194.016.00
Depreciación	\$ 28.035.000.00	Utilidad primer año y segundo año	(\$ 77.534.009.00)
Total activo fijo	\$ 54.455.000.00	Total patrimonio	\$ 77.660.007.00
Total activos	\$ 80.243.507.00	Total pasivo + patrimonio	\$ 80.243.507.00

5.5.5.3. Flujo de caja

Cuadro No 26 Flujo de caja Escuela Hotel en un periodo de 10 años

FLUJO DE CAJA ESCUELA HOTEL EN UN PERIODO DE DIEZ AÑOS											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Información base	IPC	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
	A=	\$ 2.807.640	10%								
	Incremento otros ingresos	10%	12%	14%	16%	18%	20%	22%	24%	26%	28%
	MOMENTO 0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número de estudiantes en el producto "Aula Viva" rotaciones	44	52	64	76	92	110	122	158	190	228	272
Precios	\$ 1.848.000	\$ 1.940.400	\$ 2.037.420	\$ 2.139.291	\$ 2.246.256	\$ 2.358.568	\$ 2.476.497	\$ 2.600.322	\$ 2.730.338	\$ 2.866.855	\$ 3.010.197
Ventas	\$ 81.312.000	\$ 100.900.800	\$ 130.394.880	\$ 162.586.116	\$ 206.655.552	\$ 259.442.480	\$ 302.132.634	\$ 410.850.876	\$ 518.764.220	\$ 653.642.940	\$ 818.773.584
Otros ingresos	\$ 37.500.000	\$ 41.250.000	\$ 46.200.000	\$ 52.668.000	\$ 61.094.880	\$ 72.091.958	\$ 86.510.350	\$ 105.542.627	\$ 130.872.858	\$ 164.899.801	\$ 211.071.745
Pago Movich por adecuaciones	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.500	\$ 2.583.501	\$ 2.583.502	\$ 2.583.503
Donaciones para el funcionamiento	\$ 120.000.000	\$ 114.000.000	\$ 108.300.000	\$ 102.885.000	\$ 97.740.750	\$ 92.853.713	\$ 88.211.027	\$ 83.800.476	\$ 79.610.452	\$ 75.629.929	\$ 71.848.433
Total ingresos	\$ 241.395.500	\$ 258.734.300	\$ 287.478.380	\$ 320.722.616	\$ 368.074.682	\$ 426.971.651	\$ 479.437.511	\$ 602.777.479	\$ 731.831.031	\$ 896.756.172	\$ 1.104.277.265
COSTOS FIJOS											
Gastos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos fijos administrativos	\$ 147.069.000	\$ 154.422.450	\$ 162.143.573	\$ 170.250.751	\$ 178.763.289	\$ 187.701.453	\$ 197.086.526	\$ 206.940.852	\$ 217.287.895	\$ 228.152.289	\$ 239.559.904
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 147.069.000	\$ 154.422.450	\$ 162.143.573	\$ 170.250.751	\$ 178.763.289	\$ 187.701.453	\$ 197.086.526	\$ 206.940.852	\$ 217.287.895	\$ 228.152.289	\$ 239.559.904
COSTOS VARIABLES											
Costos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1	\$ 2	\$ 3
Costos variables	\$ 40.662.000	\$ 42.695.100	\$ 44.829.855	\$ 47.071.348	\$ 49.424.915	\$ 51.896.161	\$ 54.490.969	\$ 57.215.517	\$ 60.076.293	\$ 63.080.108	\$ 66.234.113

TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 40.662.000	\$ 42.695.100	\$ 44.829.855	\$ 47.071.348	\$ 49.424.915	\$ 51.896.161	\$ 54.490.969	\$ 57.215.517	\$ 60.076.294	\$ 63.080.110	\$ 66.234.116
COSTOS VARIABLES/UND	\$ 1.848.273	\$ 1.617.302	\$ 1.415.084	\$ 1.238.198	\$ 1.083.498	\$ 947.996	\$ 829.496	\$ 725.809	\$ 635.083	\$ 555.698	\$ 486.235
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$ 40.662.000	\$ 42.696.763	\$ 44.829.855	\$ 47.071.348	\$ 49.428.291	\$ 51.896.161	\$ 54.490.969	\$ 57.215.517	\$ 60.076.294	\$ 63.080.110	\$ 66.234.116
GASTO FINANCIERO											
Inversión inicial		\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679	\$ 33.691.679
TOTAL EGRESOS	\$ 187.731.000	\$ 230.809.229	\$ 240.665.107	\$ 251.013.778	\$ 261.879.883	\$ 273.289.293	\$ 285.269.174	\$ 297.848.048	\$ 311.055.868	\$ 324.924.078	\$ 339.485.699
FLUJO DE CAJA	(\$ 336.916.791)	\$ 27.925.071	\$ 46.813.273	\$ 69.708.838	\$ 106.194.799	\$ 153.682.357	\$ 194.168.337	\$ 304.929.430	\$ 420.775.163	\$ 571.832.094	\$ 764.791.566
TIO	10%	Esta tasa indica que si el proyecto no se llevara a cabo, la inversión inicial generaría esta rentabilidad por ejemplo un CDT que puede estar al 10% anual									
VNA	\$ 1.284.153.075	Valor presente de los ingresos= flujos de caja VPN es igual al valor presente de los ingresos menos el valor presente de los egresos, o sea, hoy. Valor presente de los ingresos = Flujos de caja futuros traídos a valor presente, valor presente de los egresos= inversión inicial									
VPN	\$ 1.096.422.075										
TIR	34%										
INVERSION INICIAL	(\$ 336.916.791)										

5.6. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

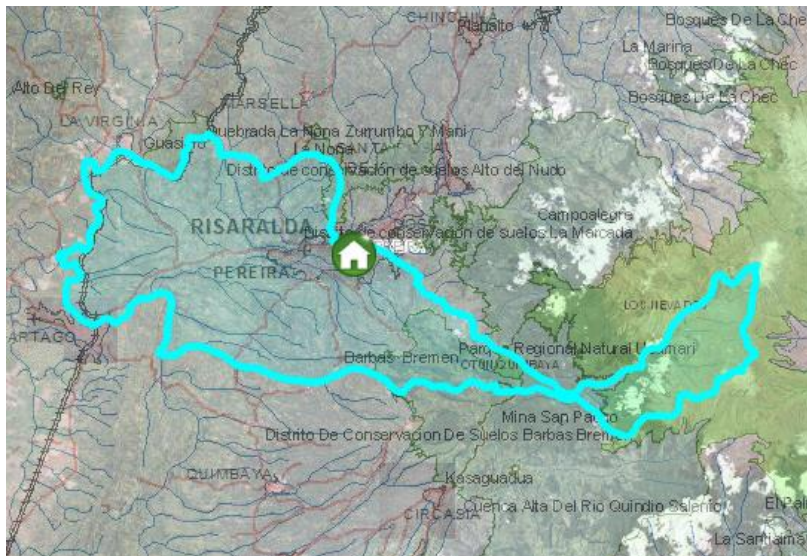
Tomando como referencia el documento guía para la elaboración de un plan de negocios con enfoque hacia la sostenibilidad, elaborado por la Universidad Externado de Colombia, el informe de las necesidades académicas y laborales y el cuadro de la oferta laboral de la industria hotelera en el municipio, se llevó a cabo la realización del plan de negocios con todos los capítulos necesarios para concretar las estrategias del negocio en términos técnicos, económicos, tecnológicos, ambientales y financieros.

Adicionalmente se tuvo en cuenta el impacto que generará la escuela hotel sobre el medio ambiente, planteando alternativas, procedimientos y mecanismos que minimicen los efectos nocivos, además de integrar la empresa con las cadenas productivas de la región, aplicando el código ético del turismo.

5.6.1. Zonificación

En la primera fase de este proyecto, Movich hotel de Pereira, ubicado sobre la avenida circunvalar, constituye la ubicación geográfica de la escuela hotel, sector que se encuentra dentro de las 23 **unidades de planificación** en las que se divide el suelo urbano del municipio y dentro de las cuatro unidades de planificación territorial aprobadas; UP3 (Pinares, Álamos, Circunvalar), según el plan de desarrollo: “Pereira, región de oportunidades 2008-2011”.

Foto No 15: Ubicación del hotel Movich en el municipio de Pereira



Fuente: Instituto geográfico Agustín Codazzi (IGAC). Consultado el 12 de octubre de 2014

Por otro lado la empresa de Aseo de Pereira, le aporta al objetivo de convertir al municipio de Pereira en un territorio sostenible y sustentable a través de una serie de estrategias a largo plazo, y una de ellas es sensibilizar a los Pereiranos en cultura ambiental especialmente frente al manejo y disposición de residuos con su programa “Basura Cero” que se encuentra inmerso en la línea tres “Pereira ambiente sustentable” del plan de desarrollo 2012-2015. Esta labor se refleja en capacitaciones sobre comparendo ambiental con 2000 beneficiarios y conformación de 178 grupos de gestión ambiental ⁴⁷y en temas relacionados con el acuerdo 18 de 2011 que establece el régimen de separación en la fuente de los residuos sólidos en instituciones del sector público, establecimientos comerciales y de servicios, almacenes de cadena, grandes superficies con 261 establecimientos notificados en la avenida Circunvalar, sobre la responsabilidad y obligación de separar en la fuente

⁴⁷ [En Línea] disponible <http://www.eldiario.com.co/seccion/LOCAL/cultura-ambiental-para-pereira1403.html>

Foto No 16: Ubicación del hotel Movich dentro de la Avenida Circunvalar en el municipio de Pereira



Fuente: Instituto geográfico Agustín Codazzi (IGAC). Consultado el 12 de octubre de 2014

5.6.2. Buenas prácticas ambientales

La escuela hotel a pesar de estar ubicado dentro de las instalaciones del hotel Movich, tiene una política de gestión ambiental independiente, dentro de la que se suscriben las buenas prácticas ambientales, en todas las etapas, es decir, antes (diseño y remodelación de las áreas a utilizar) y durante (emisiones y desechos, uso eficiente del agua, uso eficiente de energía y manejo de desechos).

Estas buenas prácticas ambientales se relacionan a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro No 27: Buenas prácticas ambientales

Etapas	Fase	Buenas prácticas ambientales
Antes	Diseño y	➤ Se dará prioridad a los proveedores del

	<p>construcción del taller de cocina, la sala de estudio y la oficina</p>	<p>sector en la adquisición de materiales de construcción, equipamiento y decoración.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El diseño incluye sistemas de evacuación para casos de emergencia. ➤ Se prevén sistemas ahorradores de energía y agua.
Durante	<p>Manejo Emisiones y desechos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se dispondrá de un programa de desechos con separación de residuos, sumado a un plan de reciclaje. ➤ Se utilizarán implementos que no generen residuos tóxicos o químicos para todos los procesos, especialmente para la limpieza. ➤ Se revisará periódicamente los proveedores y si aplican prácticas sostenibles ➤ Se dará prelación a la compra de material reciclado para diferentes usos ➤ Se comprarán productos detergentes que contengan tensoactivos biodegradables y se reutilizaran los empaques. ➤ Se evitará en la medida de lo posible el uso de insumos desechables (vasos, platos). ➤ Se evitará comprar productos que por su forma u origen sean dañinos al medio ambiente
	<p>Uso eficiente del agua y de</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se implantará un sistema de registro y control del uso del recurso hídrico. ➤ Se realizará una campaña de

	la energía	<p>sensibilización de ambiental al inicio de cada semestre con los estudiantes y docentes para el manejo de los sistemas implementados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se realizará un programa de revisión de tuberías e instalaciones periódicamente ➤ Se evaluará la posibilidad de uso de sistemas alternativos de energía (solar) ➤ Se registrará y monitoreará el uso y consumo de energía y agua
--	------------	--

Fuente: Elaboración propia con base en el cuadro en la guía para elaboración de plan de negocios con enfoque en sostenibilidad de la Universidad Externando de Colombia.

5.6.3. Criterios de sostenibilidad social

La escuela hotel aplicará los criterios de sostenibilidad social, apoyando y divulgando el código ético del turismo y la política de protección de niños, niñas y adolescentes, además tendrá presente los conocimientos en cocina de los indígenas y de los afro descendientes y apoyara la cocina tradicional no solo aprendiendo de ellos sino incluyéndola en los menús que se deben enseñar semestre a semestre.

6.6.3.1. Buenas prácticas socioculturales para la sostenibilidad:

Cuadro No 28: Criterios de sostenibilidad social

Empleados contratistas y otros	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La escuela hotel aplicará el código ético de turismo. ➤ Aplicara el código ético de los hoteles Movich en la protección contra el abuso sexual de niñas, niñas y adolescentes. ➤ El proyecto cumplirá con la jornada laboral legal establecido por la ley
Comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El proyecto contribuirá a garantizar que los empleados del hotel sede de

	<p>la escuela hotel se actualicen en normas de sostenibilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La escuela hotel hará campañas para que los empleados de los hoteles cercanos se capaciten en normas de sostenibilidad.
Proveedores y clientes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los estudiantes de la escuela ofrecerán una clase de cocina a los clientes del Movich. ➤ La escuela hotel capacitara a los proveedores de alimentos y bebidas en normas de sostenibilidad.
Pueblos indígenas y comunidades afrocolombianas y otros grupos étnicos especiales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El proyecto garantizará que durante el semestre se contrate a un líder de las comunidades indígenas y afro descendientes con conocimientos en cocina a dar una clase práctica dentro del taller.

Fuente: Elaboración propia con base en el cuadro en la guía para elaboración de plan de negocios con enfoque en sostenibilidad de la Universidad Externado de Colombia

6. CONCLUSIONES

- La investigación de mercados para la Escuela Hotel dio como resultado que el 90% de los 335 encuestados, no conocen el Programa de Administración Turismo Sostenible de la UTP, por tal motivo se concluye que los mecanismo actuales de promoción no están llegando sino al 10% del público objetivo.
- De los 260 bachilleres encuestados para la investigación de mercados de la Escuela Hotel solo el 3% está interesado en estudiar turismo, de lo que se concluye que nos es por falta de interés en el tema, sino por desconocimiento de la existencia del programa académico de la UTP.
- De los 335 encuestados para la investigación de mercados de la Escuela Hotel solo el 17% estaría dispuesto a pagar tres salarios mínimos, por lo que se concluye que esta variable puede estar incidiendo en el ingreso de los estudiantes para el ciclo tecnológico.
- El valor promedio por semestre para programas académicos en turismo en otras instituciones es de \$ 830.000=, exceptuando Ego que tiene un semestre aproximado de \$ 4.000.000=.
- Revisando las instituciones que ofrecen programas académicos relacionados con turismo, se detectó que la mayoría sufre de ausencia de estudiantes, uno de esos es Idontec, que posee nueve estudiantes en total para los cuatro semestres que tiene abiertos.
- De los dos puntos anteriores se concluye que la ausencia de estudiantes es consecuencia de los altos costos de la matrícula por semestre.
- El nivel de satisfacción de los estudiantes actuales en programas académicos en turismo, incluyendo la Escuela de Turismo Sostenible de la UTP, es del 82%, y al 90% de los encuestados le gustaría contar con escenarios prácticos.
- La Escuela Hotel puede ser el escenario que incremente los niveles de satisfacción de los estudiantes en turismo.
- De los 260 bachilleres encuestados dentro de la investigación de mercados para la Escuela Hotel, el 93% desean continuar con los estudios profesionales.

- Siendo el turismo el sector que más crece en el mundo y ahora en el municipio de Pereira, se concluye que no se está articulando la demanda de profesionales, con la oferta de cupos en los programas académicos desde la promoción de estos, como una necesidad urgente del sector.
- Los hoteles en Pereira, están contratando personal con experiencia sin importar su formación académica, lo que debilita las posibilidades de inserción laboral de los profesionales recién egresados en turismo y también deteriora el nivel de atención al cliente del destino.
- El sector turístico de Pereira tiene personal operativo que realiza las funciones básicas de la prestación del servicio, pero no hay profesionales que lleven el sector del municipio a un nivel que maximice las potencialidades del mismo, es decir, que investigue y aplique nuevas maneras de hacer las cosas.

7. RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la dirección del programa de Administración de Turismo Sostenible, intensificar los mecanismos de promoción.
- Teniendo en cuenta que existen las leyes en Colombia, que permiten que haya una educación práctica, se recomienda al UTP, utilizarlas para fortalecer la educación práctica del estudiante.
- Venezuela y España han encontrado en la triada Universidad-Empresa-Estado los mecanismos para capacitar a todos los interesados en hacer del sector turístico su medio de generar ingresos, al mismo tiempo que impulsan la competitividad del país como destino. Colombia debe fortalecer la educación turística, para aprovechar el reconocimiento como destino de naturaleza a nivel mundial, al igual que Pereira con la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero.
- Se recomienda dar a conocer el programa de Administración del Turismo Sostenible y sus bondades, dentro los altos rangos del sector turístico, no solo para que los futuros profesionales tengan la oportunidad de trabajar en el sector, sino para que estos (establecimientos turísticos) contribuyan a la formación práctica de dichos estudiantes.
- Se requiere un cambio de mentalidad sobre la necesidad de contratar personal empírico con experiencia sobre el profesional sin experiencia.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CONGRESO DE REPUBLICA DE COLOMBIA. LEY 30 DE 1992. Fundamento de la educación superior. [En línea]. Disponible: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=253>]
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Proyecto de ley 185 de 2011. [En línea]. Disponible en: [http://servoaspr.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=185&p_consec=28369]
- ESPINEL CASTAÑEDA, Ramiro. La experiencia del hotel-escuela. Estudios Turísticos, numero 128 (1995). Institutos de Estudios Turísticos. [En línea]. Secretaria General de Turismo. Disponible en: [<http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-128-1995-pag105-115-75295.pdf>]
- CEPLADES Centro de estudios. [En línea]. Disponible en: [<http://www.ceplades.com.ar/ce/index.php/sobreceplades.html>]
- DÍAZ PÉREZ, Flora M. Política Turística de Colombia. [En línea]. Bogotá. 2006. Disponible en: [<http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2012/03/Diaz-Perez-Pol%C3%ADtica-Tur%C3%ADstica.pdf>]
- MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto 933. Contrato de aprendizaje. [En línea]. Disponible en: [http://web.presidencia.gov.co/sp/2009/abril/17/proyecto_decreto.pdf]
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. OMT. 3rd international conference on tourism & the media. [en línea]. Disponible en: [<http://www2.unwto.org/es>]
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO OMT. Código ético mundial para el turismo. [en línea]. Disponible en: [http://www.urv.cat/media/upload/arxiu/URV_Solidaria/Viatges/codigo_etico_mundial_-_turismo.pdf]

- OTERO, Adriana M. La formación de recursos humanos en turismo y recreación para la competitividad regional para la Patagonia Argentina Chilena. [En línea]. 2006. Disponible en: [<http://nulan.mdp.edu.ar/315/1/Apo2006a10v1pp62-77.pdf>]
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA. Definición de los términos pasantía y pasante. 1992
- SANCHO, Amparo. Calidad de educación, un reto para el sector turístico. Instituto de estudios turísticos D.G. de política turística. [En línea]. 1993. Disponible en [<http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-119-120-pag23-28-70856.pdf>]
- SALINAS, Jesús. La educación en la sociedad de la información. Edutec. Instituto educativo de posgrado. [En línea]. 1997. Disponible en: [http://www.portaleducativo.hn/pdf../nuevos_ambientes.pdf]
- UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA. Disponible en línea [http://www.uexternado.edu.co/apoyo/c_externadista.html].

9. ANEXOS

ANEXO No A
Modelo de lista de chequeo para la evaluación de la rotación
Línea de profundización en hotelería
Departamento de Recepción

Nombre:	Primer Apellido:	Segundo apellido:
Tipo de documento:	Número de documento:	

Nombre del guía		Cargo	
Nombre del tutor		Cargo	

Fecha de inicio de la rotación	Día:	Mes:	Año:
Fecha de finalización de la rotación	Día:	Mes:	Año:
Departamento			

Sucursal de la empresa en alianza	
-----------------------------------	--

Alcance	Aplica a todos los estudiantes del programa de Tecnología en gestión del turismo sostenible en la línea de profundización de hotelería.
---------	---

Objetivo de la rotación	Desarrollar las competencias necesarias para realizar los procesos requeridos en la operación del departamento de recepción, asegurando el correcto uso de la información.
-------------------------	--

Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> Atender a usuarios Atender teléfonos Realizar Check in: Individual, de grupos y vip Realizar Check out Atender quejas y reclamos Programar horarios Controlar saldos elevados Coordinar servicios especiales
-----------------------	---

	Elaborar plan de acción e indicadores de gestión Operar el departamento de conserjería Elaborar reservas de acuerdo a los protocolos del hotel Coordinar operación turística.
--	--

- INDICADORES PARA EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ATENCIÓN A USUARIOS

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACION ES
	INDICADORES	CUM PLE	CUMP LE	CU MPL E	CUM PLE	CU MPL E	CU MPL E	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	La presentación personal del estudiante es adecuada con el protocolo de servicios del hotel.							
2	El estudiante saluda al cliente de acuerdo al protocolo del hotel							
3	El estudiante hace uso del portafolio de servicios.							
4	Conoce las características de los diferentes productos y servicio y está en capacidad de generar la venta							
5	Se rige por el manual de procedimientos							

- INDICADORES PARA EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN TELEFONICA

N o	MOMENTO S	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante atiende la llamada antes del tercer timbre							
2	El estudiante para dar respuesta agradece por la llamada, identificar el nombre del departamento si es llamada interna o del hotel si es llamada externa e indicar el nombre de quien está atendiendo la llamada y por último,							

	preguntar en que puede ayudar, servir o colaborar.							
3	El estudiante escucha atentamente la solicitud del cliente.							
4	El estudiante se dirige a la persona que llama como señor y señora.							
5	La presentación personal del estudiante es adecuada con el protocolo de servicios del hotel.							
6	El estudiante hace uso del portafolio de servicios.							

7	Conoce las características de los diferentes productos y servicios y está en capacidad de generar la venta							
8	Se rige por el manual de procedimientos							
9	Atiende la solicitud de despierta de los huéspedes: saluda, verifica el nombre y habitación del huésped y confirma hora a la que desea ser despertado							
10	Despierta al huésped: Saluda de acuerdo a la hora, se identifica con el nombre de							

	quien llama, informa la hora al huésped y le indicarle que es la hora de su despierta.							
1 1	Se despide agradeciendo la llamada, diciendo quien lo atendió y espera que el cliente cuelgue.							

- REALIZAR CHECK IN: Individual, de grupos y vip

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante saluda y da la bienvenida al cliente.							
2	El estudiante verifica cual							

	es el motivo para que el cliente se acerque al front desk (Verificando si tiene reserva), ofreciéndole algo de tomar.							
3	Solicita documento de identidad de los huéspedes (Cédula, pasaporte, cédula de extranjería, registro civil y tarjeta de identidad, estos dos últimos en caso de adulto acompañado de menores)							
4	Verifica en el sistema de información del hotel (electrónico o manual)							

	habitaciones disponibles para asignarle al cliente.							
5	Diligencia la información requerida por el hotel para ingresar al cliente como huésped: a) Nombres y apellidos completos b) Documento de identidad c) Dirección d) Correo electrónico e) Teléfono f) Fecha de cumpleaños g) Gustos y preferencias (Si se tiene un departamento de reservas, esta información							

	ya estará y será solo para confirmación)							
6	Solicita forma de pago (Las que utiliza el hotel: Efectivo, tarjeta de crédito, débito, cheque y si es el caso cuentas por cobrar.							
7	Le informa al huésped los ítems que están incluidos dentro de la tarifa y le indica el valor.							
8	Hace entrega de la llave al botones o a la persona encargada de entregarle la habitación y se							

	despide deseándole una feliz estadía.							
9	Si el Check in es de grupo o un Vip, imprime los pre registros antes de que llegue el cliente (lo que quiere decir que debe verificar todos los datos de los huéspedes antes de que lleguen)							

- REALIZAR CHECK OUT

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante saluda y verifica la							

	necesidad del cliente.							
2	Al detectar que es un checkout, verifica el número de la habitación y el nombre del cliente.							
3	Procede a informar la salida a Ama de llaves, mini bares y demás departamentos, en caso de no tener un sistema en línea, verificando si hay algún consumo.							
4	Le presenta al huésped una pre cuenta, para que sea aceptada por este.							
5	Al ser aceptada la pre cuenta,							

	el estudiante debe verifica datos a quien se debe facturar y la forma de pago.							
6	Durante el proceso de Check out, solicita al huésped diligenciar la encuesta de calidad (si aplica en este hotel)							
7	El estudiante verifica con el cliente cual será el medio de transporte.							
8	Hace entrega de la factura y del paz y salvo al cliente informado al botones la salida del mismo.							

- ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante saluda e identifica la necesidad del cliente.							
2	Escucha atentamente y comprende la queja o el reclamo.							
3	Hace sentir seguro al cliente que su queja o reclamo será tramitado.							
4	Tramita con el departamento o persona encargada con el que tenga que ver la queja o reclamo.							
5	Hace seguimiento							

	o, que la queja o reclamo sea tramitada, corroborando que el cliente sea contactado.							
--	--	--	--	--	--	--	--	--

- PROGRAMACIÓN DE HORARIOS

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante verifica estadísticamente el comportamiento que ha tenido la ocupación del hotel, las últimas dos semanas.							
2	Verifica si la semana para la cual está programando el horario, existe Vip,							

	grupos eventos de ciudad.							
3	Verifica por día número de salidas y número de llegadas							
4	Verifica horas o días pendientes para los empleados que laboran en el área.							
5	Elabora el horario y verifica que todos los turnos necesarios durante el día y la noche, están cubiertos.							

- CONTROL DE SALDOS ELEVADOS

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante al recibir y							

	entregar el turno, tiene impreso el listado de huéspedes y no huéspedes, con saldo elevado. (Este saldo elevado consiste en lo que nos debe el cliente y el monto depende del valor estimado por cada hotel).							
2	Envía una carta o realiza una llamada al cliente involucrado en el saldo elevado.							
3	Hace seguimiento a estos saldos y al momento de entregar el turno debe haber solucionado, todos o							

	algunos.							
--	----------	--	--	--	--	--	--	--

- COORDINAR SERVICIOS ESPECIALES

N o	MOMENTO S	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante recibe la solicitud especial y verifica si está dentro de sus competencias (Transporte , atractivos turísticos, cenas fuera del hotel, decoración especial en el cuarto o en el restaurante entre otros) , si no lo está, canaliza con la persona encargada.							

2	Si la solicitud especial es de su competencia, verifica disponibilidad del servicio solicitado y lo coordina indicándole al huésped el valor a pagar.							
---	---	--	--	--	--	--	--	--

- ELABORAR PLAN DE ACCIÓN PARA CUMPLIR CON LOS INDICADORES DE GESTIÓN

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Identifica indicadores de gestión.							
2	Crea indicadores de gestión							
3	El estudiante elabora un plan de acción que cumpla con los							

	objetivos establecidos por el hotel para esta área, en busca de mejoras en los procesos del departamento.							
4	El estudiante verifica que se apliquen y cumplan los indicadores de gestión							

- OPERAR EL DEPARTAMENTO DE CONSERJERÍA

N o	MOMENTOS INDICADORES	1		2		3		OBSERVACIONES
		CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Da la bienvenida al cliente							
2	Detecta la necesidad del cliente							
3	Recibe el equipaje del cliente							

4	Guía al huésped a la recepción, espera a que el huésped haga el Check in							
	Guía al huésped a la habitación y durante el recorrido con el cliente hacia la habitación, ofrece los servicios del hotel y sus alrededores .							
	Ingresa a la habitación antes que el huésped, e informa todos los servicios y el inventario de la habitación							
4	Se despide del cliente según el							

	protocolo de servicio de hotel.							
--	---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

- ELABORAR RESERVAS DE ACUERDO A LOS PROTOCOLOS DEL HOTEL Y COORDINAR OPERACIÓN TURÍSTICA.

N o	MOMENTOS	1		2		3		OBSERVACIONES
	INDICADORES	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	CUMPLE	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El estudiante atiende la llamada antes del tercer timbre							
2	El estudiante para dar respuesta agradece por la llamada e identificar el nombre del departament o si es llamada interna o del hotel si es llamada externa e indicar el nombre de quien está atendiendo la llamada y por último, preguntar en que puede							

	ayudar, servir o colaborar.							
3	Escucha atentamente la solicitud del cliente.							
4	<p>El estudiante al recibir la solicitud de reserva del cliente, verifica:</p> <p>a) Disponibilidad del hotel</p> <p>b) Disponibilidad de tipo de habitación</p> <p>c) Preguntar el nombre de quien se hospeda y verifica si ya se ha registrado antes</p> <p>d) Si no se ha registrado antes, verifica, nombres y apellidos</p>							

	de quien se hospeda, cédula, empresa a la que pertenece, tarifa a aplicar, forma de pago.							
5	Adicionalmente, verifica: a) Gustos y preferencias del cliente b) Si requiere transporte c) Si requiere atractivos turísticos d) Y otros servicios adicionales							
6	Realiza la reserva							
7	Indica políticas de cancelación, políticas de forma de pago y políticas del hotel							

8	Hace resumen de la llamada, corroborando toda la información e informando la hora de check in y la hora de check out							
7	Envía confirmación de la reserva							
8	Revisa las reservas con garantías vencidas o sin garantía y procede a llamar a los clientes							
9	El estudiante verifica que las llegadas del día estén garantizadas y confirmadas.							
10	El estudiante verifica que las llegadas del día con solicitudes especiales estén reportadas a recepción y previamente							

	coordinadas							
1 1	Coordina los transportes de las reservas							

IDENTIFICACIÓN DE LA(S) COMPETENCIA(S) FALTANTE(S) Y ANALISIS DEL GUIA

IDENTIFICACIÓN DE LA(S) COMPETENCIA(S) FALTANTE(S) Y ANALISIS DEL TUTOR

JUICIO Cumple: Aun no cumple:

FIRMA DEL EVALUADO

FIRMA DEL GUIA

FIRMA DEL TUTOR

Fuente: Elaboración propia

Determinar las motivaciones que lleva a los actuales estudiantes a continuar con el siguiente ciclo propedéutico	Diseñar y aplicar un instrumento que permita conocer la motivación	Método de investigación exploratoria y analítica																																																
Definir la oferta de productos en formación práctica	Diseño del producto de formación según los resultados de las encuestas	Grupo interdisciplinar																																																

Fuente: Elaboración propia

ANEXO C

Cuadro resumen de la población objeto de estudio y de la muestra

Cuadro resumen de la población objeto de estudio			
Objetivo: Identificar la población objeto de estudio con el fin establecer la muestra para aplicar la encuesta correspondiente.			
Metodología: Información generada en el listado de chequeo de la caracterización de la oferta académica en programas de turismo en Pereira			
CLASIFICACIÓN	No DE PERSONAS	% DE PARTICIPACIÓN	No De MUESTRA CORRESPONDIENTE
Bachilleres 2014	4535	78%	260
Estudiantes SENA en programas relacionados con turismo	120	2%	7
Estudiantes IDONTEC en programas relacionados con turismo	9	0.2%	1
Estudiantes ACADEMÍA NACIONAL DE APRENDIZAJE en programas relacionados con turismo 3331360 María Fernanda	68	1%	4
Estudiantes EGO en programas relacionados con turismo 3336850	90	2%	5
Funcionarios de establecimientos turísticos	756	13%	43
Estudiantes en el ciclo técnico del	230	4%	13

programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira			
Estudiantes American Business school	40	12%	1
POBLACIÓN TOTAL	5848	99%	333
MUESTRA	335		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO D: Encuesta para actuales estudiantes de la escuela de turismo sostenible de la universidad tecnológica de Pereira

Nombre	del	encuestador:	
<hr/>			
Nombre	del	encuestado: N°	de
<hr/>		encuesta: _____	
Fecha: _____	Hora de		
comienzo: __ : __		Hora de finalización: __ : __	

Presentación del encuestador

Buenos días/tardes,

Mi nombre es _____ pertenezco a la Universidad Tecnológica de Pereira programa de Turismo Sostenible de la facultad de Ciencias Ambientales.

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar la siguiente información que nos proporcione será utilizada en un proyecto de investigación de mercado Turismo Sostenible, con el fin de conocer la valoración del producto del programa académico en e

Objetivo No 1: Identificar el mercado potencial de la Escuela de Turismo Sostenible.
2: Identificar las motivaciones del mercado potencial para estudiar turismo.

El cuestionario dura 10 minutos aproximadamente. Gracias.

Perfil del encuestado

Edad

Sexo

<input type="checkbox"/>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer
--------------------------	--------	--------------------------	-------

Título que obtendrá:



1.- ¿Cuál es el nombre de la institución educativa en la que estudia?

2. - ¿Además de estudiar se encuentra trabajando? Y ¿en qué empresa u oficio?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
----	--------------------------	----	--------------------------	----------------------

3. ¿Se encuentra dispuesto a continuar sus estudios académicos? y ¿porque?

Si No

4. ¿Se inclinaría por una universidad pública? o ¿privada?

Pública Privada ¿Porque?

5. ¿Cuál es su estrato social?

6. ¿Quién paga sus estudios?

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por semestre?

8. ¿Trabajaría y estudiaría al mismo tiempo?

Sí No ¿Porque?

9. Entre una carrera técnica, tecnológica o profesional, ¿cuál escogería?

- Técnica
- Tecnológica
- Profesional

10. ¿Cree usted que para trabajar en el sector turístico se necesita asistir a una universidad? Y ¿por qué?

Sí No

11. ¿Conoce usted que instituciones educativas ofrecen carreras en turismo? ¿Cuáles?

Si

No

12. Entre las siguientes opciones elija en que subsector o subsectores del turismo le gustaría estudiar

- a) Alojamiento
- b) Gastronomía
- c) Eventos y convenciones
- d) Transportes
- e) Operación profesional de congresos
- f) Agencias de viajes
- g) Tour operadores

13. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos lo motivaría a estudiar turismo?

a) Conocer lugares de interés turístico	b-Tener su propia agencia de viaje	c- Tener su propio hotel	d- Desarrollar un atractivo turístico	e- Tener su propio restaurante	f- Dedicarse a investigación turística

14. Entre las siguientes carreras, ¿qué carrera le gustaría estudiar?

Medicina

Ingeniería industrial

Ingeniería mecánica

Diseño industrial

Turismo

Mercadeo y publicidad

Otra

¿Cuál?

15. *¿Conoce usted el programa de Administración en Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira?*

Si

No

16. *¿En qué medio de comunicación ha visto, escuchado o leído sobre el programa de Administración en Turismo Sostenible?*

17. *Que tanta influencia cree que pueda tener para conseguir trabajo en el sector turístico, el hecho de ser egresado de la Universidad Tecnológica de Pereira?*

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

Fuente: Elaboración propia

ANEXO E:
**Encuesta para actuales estudiantes de la escuela de turismo
sostenible de la universidad tecnológica de Pereira**

Presentación del encuestador

Buenos días/tardes,

Mi nombre es _____ pertenezco a la Universidad Tecnológica de Pereira como estudiante del programa de Turismo Sostenible de la facultad de Ciencias Ambientales.

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar la siguiente encuesta? La información que nos proporcione será utilizada en un proyecto de investigación de mercados para la escuela de Turismo Sostenible, con el fin de conocer la valoración del producto del programa académico en el mercado.

Objetivo: Identificar la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira.

El cuestionario dura 10 minutos aproximadamente. Gracias.

Perfil del encuestado

Edad _____

Sexo

<input type="checkbox"/>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer
--------------------------	--------	--------------------------	-------

Semestre:

Institución educativa

.....

Título a obtener: _____

1.- ¿A través de que medio se enteró del programa de turismo de la institución que estudia actualmente?

Por un amigo Por un profesor por internet Anuncio de la universidad

Otro ¿Cuál? _____

2. - ¿Además de estudiar se encuentra trabajando? Y ¿en qué empresa y oficio?

Si		No		
----	--	----	--	--

3. ¿Cuál considera ha sido el nivel de exigencia académica?

Bajo Medio Alto ¿Porque? _____

4. ¿Qué tan interesante le parece el contenido de la carrera?

Muy interesante Interesante Poco interesante Nada interesante

¿Porque? _____

5. ¿Qué nivel de conocimiento siente que ha adquirido hasta ahora?

Alto Medio Bajo

6. ¿Qué nivel de conocimiento considera Usted, tienen los profesores del programa?

Alto Medio Bajo

¿po

7. ¿Se encuentra satisfecho con su horario académico?

Si

No

¿Por

8. ¿Cree usted, que se requieren instalaciones adicionales a las aulas de clase, para obtener el conocimiento suficiente para trabajar en turismo?

Si

No

Y ¿c

9. ¿Le cambiaría algo al programa de turismo que estudia actualmente?

Si

¿Qué? _____

10. ¿Hasta qué ciclo propedéutico tiene planeado llegar?

Técnico Tecnológico Profesional

11. ¿Le parece apropiado que el programa académico cuente con práctica empresarial?

Sí No ¿en qué ciclo propedéutico la ubicaría? _____

12. ¿Con cuál de las siguientes líneas de profundización cuenta el programa académico que estudia actualmente?

Hotelería Gastronomía Guianza Eventos y convenciones Otras

¿Cuál? _____

13. Si pudiera cambiar la línea de profundización, ¿lo haría?

Sí No ¿Porque? _____

14. ¿Continuaría sus estudios profesionales en turismo?

Si No ¿Porque? _____

15. ¿Recomendaría el programa académico a alguien más?

Si No ¿Porque? _____

16. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos lo motivaría a continuar sus estudios en turismo?, califique de importancia de cada aspecto de 1 a 10.

a) Ser profesional	b-Empleo en el sector turístico en hotelería	c- Empleo en el sector turístico en gastronomía	d- Negocio propio	e- Adquirir mayores conocimientos	f- Realizar práctica empresarial	g-Mejor posibilidad de desarrollo laboral

Otra ¿Cuál? _____

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

Fuente: Elaboración propia

ANEXO F

Encuesta para estudiantes de otras instituciones educativas en turismo

Nombre del encuestador: _____

Nombre del encuestado: _____

Nº de encuesta: _____

Fecha: _____ Hora de comienzo: __ : __

_____ Hora de finalización: __ : __

Presentación del encuestador

Buenos días/tardes,

Mi nombre es _____ pertenezco a la Universidad Tecnológica de Pereira como estudiante del programa de Turismo Sostenible de la facultad de Ciencias Ambientales.

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar la siguiente encuesta? La información que nos proporcione será utilizada en un proyecto de investigación de mercados para la escuela de Turismo Sostenible, con el fin de conocer la valoración del producto del programa académico en el mercado.

Objetivo: Identificar la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira.

El cuestionario dura 10 minutos aproximadamente. Gracias.

Perfil del encuestado

Edad _____

Sexo

<input type="checkbox"/>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer
--------------------------	--------	--------------------------	-------

Semestre:
.....

Institución educativa

Título a obtener: _____

1.- ¿A través de qué medio se enteró del programa de turismo de la institución que estudia actualmente?

Por un amigo Por un profesor por internet Anuncio de la universidad

Otro ¿Cuál? _____

2. - ¿Además de estudiar se encuentra trabajando? Y ¿en qué empresa y oficio?

Si		No		
----	--	----	--	--

3. ¿Cuál considera ha sido el nivel de exigencia académica?

Bajo Medio Alto ¿Porque? _____

4. ¿Qué tan interesante le parece el contenido de la carrera?

Muy interesante Interesante Poco interesante Nada interesante

¿Porque? _____

5. ¿Qué nivel de conocimiento siente que ha adquirido hasta ahora?

Alto Medio Bajo

6. ¿Qué nivel de conocimiento considera Usted, tienen los profesores del programa?

Alto Medio Bajo

7. ¿Se encuentra satisfecho con su horario académico?

Si No ¿Porque? _____

8. ¿Cree usted, que se requieren instalaciones adicionales a las aulas de clase, para obtener el conocimiento suficiente para trabajar en turismo?

Si No Y ¿cuáles? _____

9. ¿Le cambiaría algo al programa de turismo que estudia actualmente?

Si No

¿Qué? _____

10. ¿Hasta qué ciclo propedéutico tiene planeado llegar?

Técnico Tecnológico Profesional

11. ¿Le parece apropiado que el programa académico cuente con práctica empresarial?

Si No ¿en qué ciclo propedéutico la ubicaría? _____

12. ¿Con cuál de las siguientes líneas de profundización cuenta el programa académico que estudia actualmente?

Hotelería Gastronomía Guianza Eventos convenciones Otras

¿Cuál? _____

13. Si pudiera cambiar la línea de profundización, ¿lo haría?

Si No ¿Porque? _____

14. ¿Continuaría sus estudios profesionales en turismo?

Si No ¿Porque? _____

15. ¿Recomendaría el programa académico a alguien más?

Si No ¿Porque? _____

16. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos lo motivaría a continuar sus estudios en turismo?, califique el importancia de cada aspecto de 1 a 10.

a) Ser profesional	b-Empleo en el sector turístico en hotelería	c- Empleo en el sector turístico en gastronomía	d- Negocio propio	e- Adquirir mayores conocimientos	f- Realizar práctica empresarial	g-Me posibil labo

Otra ¿Cuál? _____

Fuente: Elaboración propia

ANEXO G

Encuesta para funcionarios de la industria hotelera

Nombre del encuestador: _____

Nombre del encuestado: _____

Nº de encuesta: _____

Hora de comienzo: ___ : ___

Hora de finalización: ___ : ___

Presentación del encuestador

Buenos días/tardes, Mi nombre es _____
pertenezco _____ como

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar la siguiente encuesta?

La información que nos proporcione será utilizada en un proyecto de investigación de mercados para la e Turismo Sostenible, para conocer la valoración del producto del programa académico en el mercado.

El cuestionario dura 10 minutos aproximadamente. Gracias.

Objetivo: Identificar la demanda potencial de estudiantes para el programa de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Perfil del encuestado

Edad _____

Sexo

Hombre

Mujer

Grado de escolaridad

Primaria	Secundaria	Técnico	Tecnólogo	Profesional
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Titulo obtenido:				
Institución educativa:				

Ocupación u oficio:

Objetivo de la encuesta

1.- ¿Qué lo motivo a trabajar en turismo?

Me gusta	No tuve otra opción	Por accidente	Otra: ¿cuál?
----------	---------------------	---------------	--------------

2.- ¿Cuál es la probabilidad que usted cambie de empleo? Y ¿Por qué?

Bastante probable	Algo probable	Poco probable	Pr

3.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes características le atraen de trabajar en turismo?

- El salario Relaciones interpersonales Me da estatus social hay oportunidades de crecer Ninguna de las anteriores

Otra (por favor, especifique)

4.- ¿ingresaría usted a la Universidad a estudiar turismo?

- muy probable probable poco probable No Por qué _____

5.- ¿Que horario tendría usted disponible para estudiar Turismo?

- Diurno Nocturno No presencial Ninguno

Otra (por favor, especifique cual)

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estudiar turismo?

- 3 salarios mínimos 2 salarios mínimos 1 salario mínimo

Otra (por favor, especifique)

7.- Conoce usted el Programa de Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira?

- Si
 No
 Sí, pero no sé de qué se trata

8.- ¿En qué medio ha visto, escuchado o leído sobre el programa de Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira

- Página de la Universidad Tecnológica de Pereira
 Internet
 Radio
 Televisión
 otro ,Cual? _____

8.- Que tanta influencia en su trabajo, podría tener, si fuera egresado de la Universidad Tecnológica de Pereira?

- Alta
 Baja
 Ni más ni menos
 No lo sé

9.- ¿Cree usted, que si Pereira tuviera una institución educativa que enseñara teoría y práctica en todos los temas relacionados con turismo sería más fácil ocupar altos cargos en la industria hotelera en Pereira? No ¿Por qué? _____

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

Fuente: Elaboración propia

ANEXO H
Escala mínimo remuneración 2013



Categoria	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	SALARIOS MÍNIMOS LABORALES 2013	SALARIOS MÍNIMOS VARIABLES 2013 (-20%)	HONORARIOS 2013 (+28%)
Técnico(1)	Técnico Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	727.100	581.600	930.600
	Técnico Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	747.400	597.900	956.700
	Técnico Bilingüe	1.444.600	1.152.400	1.843.900
	Técnico con experiencia superior a 2 años	924.100	739.300	1.182.900
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	TECNÓLOGO		
Tecnólogo (2)	Tecnólogo Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	927.200	741.800	1.186.800
	Tecnólogo Con experiencia en el área de formación (1 - 2 años)	1.258.400	1.006.700	1.610.700
	Tecnólogo Bilingüe	1.589.500	1.271.600	2.034.600
	Tecnólogo con experiencia superior a 2 años	1.589.500	1.271.600	2.034.600
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	PREGRADO		
Profesional - Pregrado (3)	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	1.601.600	1.281.300	2.050.100
	Profesional Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	2.217.600	1.774.100	2.838.600
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	1.971.200	1.577.000	2.523.200
	Profesional Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	2.571.400	2.057.100	3.291.400
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	ESPECIALISTA		
Profesional - Especialista (4)	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	2.337.600	1.870.100	2.992.200
	Especialista Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	2.922.100	2.337.600	3.740.300
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	2.922.100	2.337.600	3.740.300
	Especialista Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	3.272.700	2.618.200	4.189.100
NIVEL DE FORMACIÓN	ESPECIFICACIONES DEL PERFIL GRADUADO	MAESTRÍA		
Profesional- Magister (5)	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año)	3.039.000	2.431.200	3.889.900
	Magister Sin experiencia en el área de formación (< 1 año) - Bilingüe	3.506.500	2.805.200	4.488.300
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años)	3.506.500	2.805.200	4.488.300
	Magister Con experiencia en el área de formación (1 - 3 años) - Bilingüe	4.090.900	3.272.700	5.236.400
CRITERIOS TENIDOS EN CUENTA:		Salario Mínimo Legal Vigente 2013		
Colombia, Índice de Precios al Consumidor (IPC) (variaciones porcentuales) año 2011 de 2,67% fuente: DANE (http://www.businesscol.com/economia/precios.htm)		\$ 589,500		
• La diversidad de perfiles.		Auxilio de Transporte		
• Contextualizamos en el tema de salarios y tendencias		\$ 70.500		
• Incremento proporcional en aquellos salarios mas altos.		Salario Mínimo Integral 2013		
INCREMENTO		\$7,663,500		
Para Técnicos, aplicar un incremento del 4,02% que fue el incremento del SMLV para el año 2013.		Esta tabla no aplica para:		
Para tecnólogos, pregrado y posgrado en todas sus categorías aplica el IPC 2.44% (2012) + 1 punto por concepto de pérdida de poder adquisitivo de la moneda.		1. Profesionales de la Salud.		
		2. Derecho, en todos los casos ya definidos por el Colegio de Abogados.		
		3. Profesionales de la Educación.		
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS DE ENLACE PROFESIONAL - REP www.mienlaceprofesional.org				
Debe ser referenciada la autoría de la REP, no se permite el uso con fines comerciales o cambiar el concepto de "mínimo" utilizándolo como promedio.				

ANEXO I
Desglose del presupuesto de la inversión inicial

**Presupuesto para equipamiento de taller de cocina,
Mesa y bar**

PRESUPUESTO PARA EQUIPAMIENTO DE TALLER DE COCINA Y MESA Y BAR			
DESCRIPCIÓN EQUIPOS	VALOR UNITARIO	CANT	VALOR TOTAL
Licuada para cocina, mesa y bar	\$ 1.700.000.00	2	\$ 3.400.000.00
Plancha grande en platina de hierro con gratinador.	\$ 2.200.000.00	1	\$ 2.200.000.00
Estufa de cuatro puestos grandes	\$ 3.600.000.00	1	\$ 3.600.000.00
Freidora	\$ 3.300.000.00	1	\$ 3.300.000.00
Gratinador	\$ 2.300.000.00	1	\$ 2.300.000.00
Horno	\$ 400.000.00	1	\$ 400.000.00
Horno Microondas	\$ 890.000.00	1	\$ 890.000.00
Sandwchera	\$ 890.000.00	1	\$ 890000.0.00
Lavaplatos Doble	\$ 1.700.000.00	1	\$ 1700000.0.00
Mesa de trabajo -doble	\$ 2.300.000.00	1	\$ 2.300.000.00
Batidora Industrial	\$ 2.300.000.00	1	\$ 2.300.000.00
Nevera Vertical	\$ 4.800.000.00	1	\$ 4.800.000.00
Congelador	\$ 8.500.000.00	1	\$ 8500000.0.00
Cafetera	\$ 10.450.000.00	1	\$ 10.450.000.00

Malteadora	\$ 850.000.00	1	\$ 850.000.00
Batidora Industrial	\$ 2.250.000.00	1	\$ 2.250.000.00
Procesador alimentos	\$ 3.640.000.00	1	\$ 3.640.000.00
Cortador papas a la francesa manual	\$ 360.000.00	1	\$ 360.000.00
Olla para pasta	\$ 580.000.00	1	\$ 580.000.00
Olla arrocera.	\$ 990.000.00	1	\$ 990.000.00
Caldero	\$ 830.000.00	1	\$ 830.000.00
Equipamiento básico: Vajillas, ollas, utensilios de cocina, canecas de basura.	\$ 15.000.000.00	1	\$ 15.000.000.00
			\$ 71.530.000.00

Fuente: Elaboración propia con base en <http://joserrago.com.co/productos>, consultado en octubre de 2014.

Presupuesto para equipamiento de salón de clases

PRESUPUESTO PARA EQUIPAMIENTO DE SALON DE CLASES			
DESCRIPCIÓN EQUIPOS	VALOR UNITARIO	CANT	VALOR TOTAL
Silla y mesa universitaria	\$ 90.000.00	30	\$ 2.700.000.00
Tablero borrable	\$ 200.000.00	1	\$ 200.000.00
video beam	\$ 6.000.000.00	1	\$ 6.000.000.00
Computador	\$ 1.200.000.00	1	\$ 1.200.000.00
TOTAL			\$ 7.400.000.00

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto para equipamiento de oficina de coordinación

PRESUPUESTO PARA EQUIPAMIENTO DE OFICINA

COORDINACIÓN			
DESCRIPCIÓN EQUIPOS	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Escritorio	\$ 500.000.00	1	\$ 500.000.00
Sillas	\$ 120.000.00	3	\$ 360.000.00
Archivador	\$ 500.000.00	1	\$ 500.000.00
Computador	\$ 2.000.000.00	1	\$ 2.000.000.00
Impresora	\$ 200.000.00	1	\$ 200.000.00
TOTAL			\$ 3.560.000.00

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto para publicidad			
PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD			
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	CANT	VALOR TOTAL
Plan de mercadeo con diseño de imagen de marca, diseño de las piezas, costeo y estrategia de comunicación de la marca.	\$ 50.000.000.00	1	\$ 50.000.000.00
Aplicación de la estrategia de comunicación de la marca	\$ 20.000.000.00	1	\$ 20.000.000.00
Publicidad con contrapartidas y free press	\$ -		\$ -
TOTAL			\$ 70.000.000.00

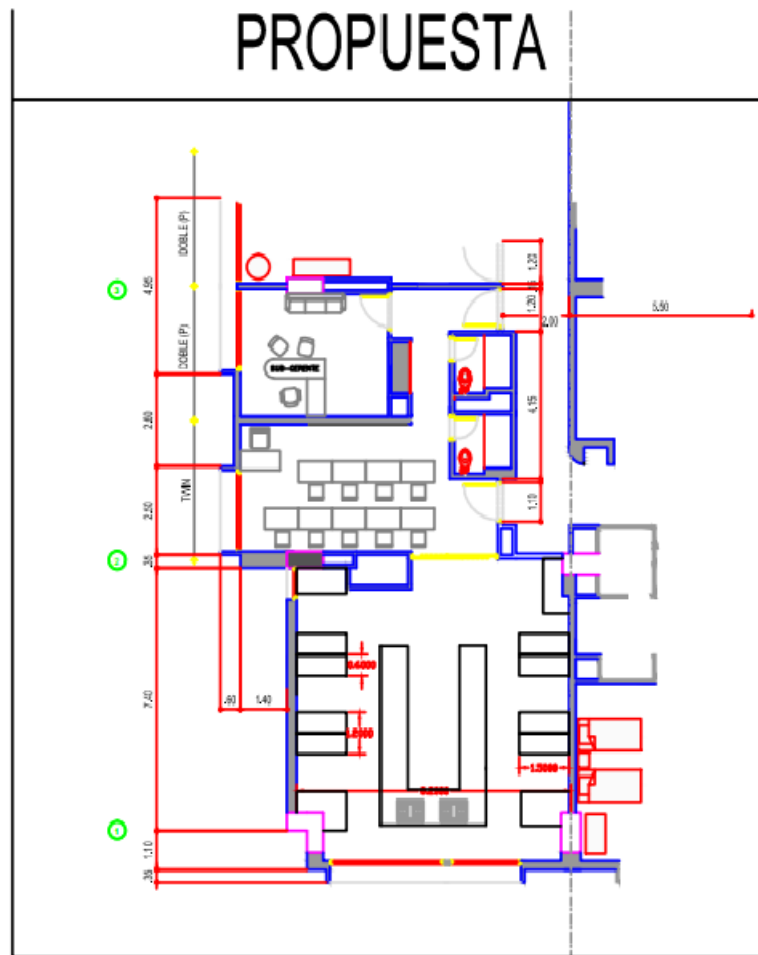
Fuente: Elaboración propia

Presupuesto para evento de inauguración			
PRESUPUESTO PARA EVENTO DE INAUGURACIÓN			
DESCRIPCIÓN EQUIPOS	VALOR	CANTIDAD	VALOR

	UNITARIO		TOTAL
Coordinador logístico del evento	\$ 613.000.00	1	\$ 613.000.00
Invitaciones	\$ 2.000.00	500	\$ 1.000.000.00
Distribución de invitaciones	\$ 1.000.00	500	\$ 500.000.00
Pasajes aéreos de los invitados (tres ministros educación, medio ambiente y turismo, presidente de Cotelco, invitado especial)	\$ 401.180.00	5	\$ 2.005.900.00
Alojamiento para los invitados	\$ 250.000.00	5	\$ 1.250.000.00
Alimentación para los invitados	\$ 100.000.00	5	\$ 500.000.00
Salón de convenciones para 500 personas	\$ 1.000.000.00	1 día	\$ 1.000.000.00
Alimentos y bebidas break	\$ 15.000.00	400	\$ 6.000.000.00
Coctel de lanzamiento (Pasa bocas y vino)	\$ 15.000.00	60	\$ 900.000.00
Recordatorios del evento (Lapiceros de la Escuela Hotel)	\$ 1.500.00	1000	\$ 1.500.000.00
TOTAL			\$ 15.268.900.00

Fuente: Elaboración propia

ANEXO J
Propuesta distribución de espacios en Movich Hotel



Fuente: Ing. Voyner Ernesto Rodríguez

ANEXO K
Depreciación anual de activos fijos

CALCULO DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			
Concepto	Vida Útil	Valor	Depreciación anual
Equipamiento taller de cocina	10 años	\$ 71.530.000	\$ 7.153.000
Equipamiento salón de clases	5 años	\$ 7.400.000	\$ 1.480.000
Equipamiento oficina	5 años	\$ 3.560.000	\$ 712.000
TOTAL			\$ 9.345.000=

Fuente: Elaboración propia